عمادة الدراسات العليا

تأثير العوامل البيئية في جغرافية البحر الميت "دراسة في الإستراتيجيات السياحية المستقبلية"

إعداد الطالب :

بكر خالد سليم الزيديين

إشراف:

الأستاذ الدكتور : طالب عبدالله الصمادي

رسالة مقدمة الى عمادة الدراسات العليا
استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير
في الآثار قسم السياحة والآثار

جامعة مؤتة، 2014

الإهداء

أهدي هذا الجهد

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك .. ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك .. ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك .. ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك .

إلى ينبوع الصبر والتفاؤل إلى عشقي وملاذي الآمن يا من يملأني قلباهما الناصعان بالبياض حبا وحنانا .. وكانت دعواتهما ورضاهما سبباً في نجاحي وتوفيقي إليكما (أبي وأمي) ..

إلى ملاذي وسندي في الحياة إلى من بوجودهم أكتسب القوة والمحبة إلى ضحكاتي وأجمل أيامي ومن هم سبب من أسباب ما وصلت إليه (إخواني وأخواتي) لا حرمني الله منكم ...

بكر خالد الزيديين

الشكر والتقدير

الحمد لله رب العالمين على كثر نعمه وفضله، الذي منَّ الله عليَّ بإتمام رسالتي هذه والصلاة والسلام على سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم وعلى آل بيته الطاهرين ومن تبعهم بإحسان إلى يوم الدين .

ولا يسعني إلا أن أتقدم بالشكر والتقدير إلى الأستاذ الدكتور طالب عبدالله الصمادي الذي تفضل بقبوله الإشراف على رسالتي وعلى ما قدَّمه لي من رعاية وتشجيع منذ توليه الإشراف على هذه الرسالة ... شكرا يا من نفتخر بأننا تتلمذنا على يديه فاستفدت من فكره العلمي وخبرته الواسعة فله مني كل الشكر والتقدير .

عظيم الشكر والامتنان لكل من الدكتور سعد المومني رئيس قسم الآثار والسياحة/جامعة مؤتة، الدكتور حكم الشطناوي قسم الإدارة الفندقية/جامعة اليرموك، الأستاذ الدكتور نجيب أبو كركي عميد كلية العلوم/الجامعة الأردنية، الدكتور زياد الرواضية قسم الإدارة السياحية/الجامعة الأردنية، السيد عامر الخطيب مشرف مختبر الحاسوب في قسم الجغرافيا/جامعة مؤتة، والسيد أحمد عبدالوهاب الصرايرة رئيس قسم الإعارة في مكتبة جامعة مؤتة .

أشكر أعضاء لجنة المناقشة الذين تفضلوا مشكورين بقبول مناقشة بحثي وإعطاء النصح والإرشاد جزاهم الله كل الشكر والثناء .

بكر خالد الزيديين

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

قائمة الملاحق

الملخص

تأثير العوامل البيئية في البحر الميت "دراسة في الاستراتيجيات السياحية المستقبلية"

بكر خالد سليم الزيديين

جامعة مؤتة ، 2014

تهدف هذه الدراسة إلى التعريف بمقومات السياحة الطبيعية لمنطقة الساحل الشرقي للبحر الميت وأبرز الخصائص البيئية للمنطقة، كما تهدف إلى إبراز الأهمية التاريخية لمنطقة البحر الميت والعوامل المؤثرة في الحركة السياحية وإيجاد إستراتيجية أفضل للسياحة في منطقة البحر الميت. تتألف الدراسة من مقدمة وأربعة فصول وخاتمة وعدد من الملاحق للجداول والخرائط والصور.

يتحدث الفصل الأول عن خلفية الدراسة وأهميتها ومشكلتها وأسئلتها وأهدافها. يتناول الفصل الثاني توضيح مفهومي السياحة والسائح والاستجمام، وتناول الريادية في القطاع السياحي في الأردن، وأنواع السياحة فيها، ومركبات السياحة الأساسية، والتحديات التي تواجه القطاع السياحي في الأردن، وعن منطقة البحر الميت من حيث الأهمية التاريخية للمنطقة، وتشكل البحر الميت، وأبرز الخصائص البيئية، والخدمات والمرافق السياحية، ودوافع السياحة في منطقة البحر الميت، والمقومات السياحية الطبيعية لمنطقة الساحل الشرقي للبحر الميت، وعوائق المنتج السياحي في المنطقة، وكيفية الوصول إلى منطقة البحر الميت، وقدَّمت الدراسة نبذة عن تطور القطاع السياحي في الأردن وذلك بإعطاء نبذة عن وزارة السياحة والآثار الأردنية من حيث مهام الوزارة ورؤية الوزارة ومهامها والتنمية السياحية في الأردن .

ويعرض الفصل الثالث منهجية الدراسة وتصميمها، ومصادر المعلومات والبيانات، ومجتمع الدراسة وعينتها وأداتها، واختبارات الصدق والثبات والأساليب الإحصائية المستخدمة فيها.

بينما ركّز الفصل الرابع على عرض النتائج ومناقشتها، والخصائص العامة للعاملين وأصحاب القرار في المنشأة السياحية في منطقة البحر الميت وأشكال التنمية السياحية في المنطقة واستراتيجيات كل من القطاع العام والقطاع الخاص للتنمية السياحية في منطقة البحر الميت والمعوقات التي تواجه التنمية السياحية في هذه المنطقة.

Abstract

Effect of the Environmental Factors on the Geography Dead Sea. A study of the Future Tourism Strategies.

By: Baker Khalid Salim AL-Zeedyein

Mu'tah University

This study aims at identifying the Dead Sea natural touristic eastern coastal area components، it concentrating on the historical importance of the Dead Sea ، Accordingly، The study includes the introductions and four chapters. The First Chapter focused on the importance of the Dead Sea Region ، the obstacles ، questions and objectives .

The Second Chapter concentrates on the concept of tourism ، entertainments and types of recreation. It also introduced the concept of pioneering in tourism sector in Jordan، the tourism main components ، the challenges facing the tourism sector in Jordan ، furthermore، it presented the Dead Sea region with regard to the historical importance as well as the formation of the Dead Sea .

The main environmental characteristics، the services and tourist facilities of tourism stimulus to the Dead Sea area ، natural tourism in the eastern Dead Sea ، with respect to the geology ، morphology، climatology line .

Moreover، the study presentes a review to the obstacles of the tourism sector in Jordan، by presenting a view about the ministry of tourism and tourism development in Jordan .

The Third Chapter deals with the methodology ، criteria، and the resources of the data the compiled from the point view of the community. It focused on the sample ، tool ،validity and reliability tests ، henceforth، the statistical figures used in the study is so important.

The Fourth Chapter focused on presenting and discussing the results، the general characters of the workers and decision makers in the tourism organization at the Dead Sea resorts، the forms of touristic development in the area، the public sector of touristic strategies in the area ، the public sector of the tourism development strategies ، and the obstacles fuse ، the tourism development in the Dead Sea area.

الفصل الأول

خلفية الدراسة وأهميتها

1.1 المقدمة :

يعد الأردن من الدول التي تساهم في صناعة السياحة بما يتمتع به من مزايا تاريخية وجغرافية وطبيعية أثرت بشكل إيجابي على تطوير السياحة وجعل المنطقة مقصدا سياحيا في جميع فصول السنة وذلك لتلبية معظم المتطلبات التي ينشدها السائح، حيث تتوافر العديد من الأماكن السياحية في الأردن مثل الأماكن الدينية ممثلة بأضرحة الأنبياء والصحابة والينابيع المعدنية الطبيعية الحاره منها والبارده موزعة على جميع أنحاء الأردن ففي شماله الحمة الأردنية وفي الوسط حمامات ماعين وفي الجنوب عفرا والمواقع الأثرية ممثله بالقصور والقلاع والغابات في عجلون والشوبك والسلط والمباني والشواطئ في العقبة والبحر الميت، ويمتاز الأردن بالضيافة وحسن الاستقبال للقادمين من جميع أنحاء العالم للاستمتاع بالطبيعة الخلابة والمناخ المعتدل وأيضا ما هو مشهود للأردن بالأمن والأمان والترحاب (البحيري، 1991 ؛ الطائي، 2001) .

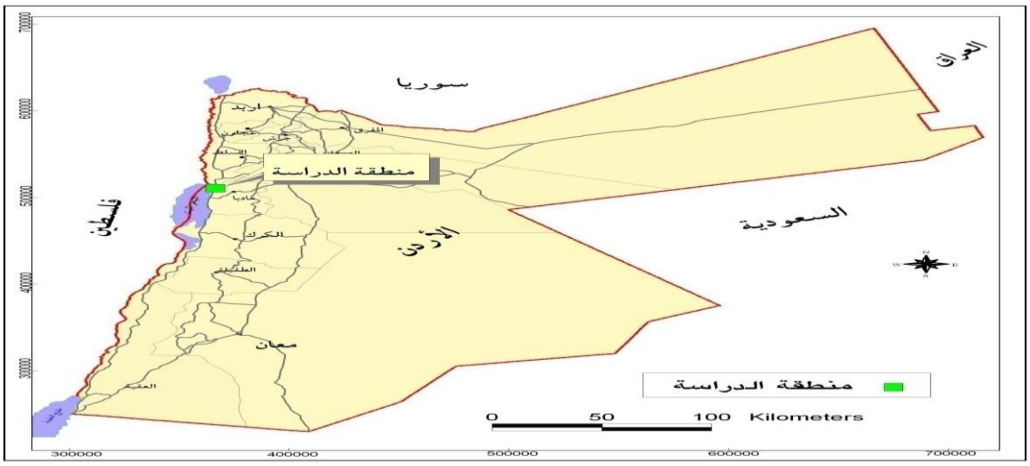
تؤدي السياحة في الأردن دورا حيويا في الاقتصاد الوطني حيث يقوم تطور صناعة السياحة على تحسين الوضع الاقتصادي والإجتماعي والثقافي، ويعتبر تطور هذا القطاع ذا أهمية بالنسبة للأردن، حيث تقوم صناعة السياحة على توفير فرص عمل جديدة وتوفيرها العملات الصعبة وذلك من خلال طاقتها الاقتصادية التي تفوق عمليا طاقة أي قطاع أخر في المملكة (المومني، 2011) .

أخذ الاهتمام بالدور الاقتصادي للسياحة في تزايد خلال النصف الثاني من القرن العشرين، حيث يعد المردود الاقتصادي كما أشار إليه العديد من المهتمين في مجال جغرافية السياحة ومنهم ميشيل Michell وماتلي Matley الهدف الأساسي للسياحة والاستجمام، إذ أن المفهوم الشامل للتنمية لا ينسجم مع هذا الرأي، حيث أن الأماكن السياحية لا يمكن تقييمها اقتصاديا فحسب وذلك عندما يكون الأمر متعلقاً بالسياحة الداخلية والاستجمام والتي يجب أن ينظر إليها على أنها حق من الحقوق الأساسية للمواطن مثل التعليم والرعاية الصحية وغيرها (قيصي، 2000) .

قامت الإستراتيجية الوطنية الأردنية للسياحة على تطوير اقتصاد سياحي مستدام (Sustainable Tourism) من حيث زيادة أرباح قطاع السياحة وإيرادات الدولة وزيادة فرص العمل وتحسين الوضع الاجتماعي وأيضا تشجيع المبادرات الفردية في إقامة المشاريع الخاصة، من خلال الشراكة بين القطاع الحكومي والقطاع الخاص ومؤسسات المجتمع المدني (المومني، 2011) .

تعتبر منطقة البحر الميت من أهم المناطق السياحية في الأردن التي تشتهر بالسياحة العلاجية مما جعلت منه نقطة جذب سياحي عالمي، يقصدها السياح والمستجمين من داخل الأردن وخارجه، حيث حظيت المنطقة بأهمية تاريخية منذ عصور زمنية قديمة باعتبارها أخفض بقعة على سطح الأرض يضاف إلى ذلك أن البحر الميت يعد الأشد ملوحة من بين المسطحات المائية العالمية وغنى هذه المياه بالمكونات المعدنية والأملاح المفيدة في علاج العديد من الأمراض الجلدية والعصبية عند الإنسان والحيوان مما جعل من منطقة البحر الميت معلماً سياحياً مهماً في المجال السياحي العلاجي. لذلك تأتي هذه الدراسة للتعرف على أراء العاملين في القطاع السياحي في المنطقة حول إستراتيجيات القطاعين العام والخاص في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت والمعوقات التي تواجه التنمية السياحية في المنطقة.

2.1 منطقة الدراسة وأهميتها السياحية :



الشكل (١)

المصدر: المركز الجغرافي الملكي، 2012(منطقة الدراسة) .

إن منطقة الدراسة هي الساحل الشرقي للبحر الميت الواقعة إلى الجنوب الغربي من العاصمة عمان بنحو 58 كم، وستتناول جغرافية المنطقة وتأثير العوامل البيئية على البحر الميت، وانعكاس ذلك على السياحة المستقبلية في منطقة الدراسة، حيث يأتي البحر الميت على قائمة المناطق العالمية في السياحة العلاجية نظرًا لما يتمتع به من خصائص مناخية فريدة سواء تخلوه من الرطوبة ولإحتوائه على عيون كبريتية جعلته مؤهلاً لعلاج العديد من الأمراض وخاصة الجلدية منها، وبذلك امتلك البحر الميت عناصر مهمة للجذب السياحي ليس فقط في سياحة الاستشفاء ولكن بتميزه أيضًا في سياحة الترفيه والسياحة البيئية.

3.1 مشكلة الدراسة :

انخفض منسوب المياه في البحر الميت انخفاضاً واضحاً خلال السنوات الماضية، حيث تأثر بعوامل عديدة كان من أهمها: تحويل روافد نهر الأردن إلى بحيرة طبريا من قبل العدو الإسرائيلي وإقامة السدود التحويلية على الأودية التي تشكل أحد الروافد المهمة للبحر الميت، وضخ كميات كبيرة من مياه البحر من قبل بعض الشركات التي تعتمد بشكل رئيسي على مياه البحر الميت مثل شركة البوتاس العربية والإسرائيلية وشركة البرومين الأردنية والإسرائيلية وقلة منسوب الأمطار في فصل الشتاء ، فمن خلال تأثير هذه العوامل تغيرت جغرافية البحر الميت، وبالتالي قد يكون هناك تأثير مباشر وغير مباشر على السياحة المستقبلية للبحر الميت .

4.1 أهمية الدراسة :

تأتي أهمية الدراسة من خلال تأثيرات انخفاض منسوب مياه سطح البحر الميت وخصوصاً أن منطقة البحر الميت تعاني من هبوط واضح في مستوى سطح البحر، وانكشاف مساحات من الأراضي على حساب البحر .

فإن منطقة البحر الميت تعتبر من المناطق الإستراتيجية للجذب السياحي ولإقامة المشاريع السياحية، حيث تكمن أهمية هذه الدراسة في توضيح أثر العوامل

البيئية على جغرافية منطقة الدراسة والتي تساهم في رسم وتخطيط المشاريع السياحية والاقتصادية للبحر الميت، كما تنبع أهمية هذه الدراسة من خلال التركيز على الجانب التحليلي لأراء السياح لمعرفة دور منطقة البحر الميت في الجذب السياحي، وإبرازها للمقومات الطبيعية والبشرية المؤثرة في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت .

5.1 أهداف الدراسة :

هدفت هذه الدراسة إلى :

١. التعريف بالسياحة البيئية وأثرها على منطقة البحر الميت .
٢. التأثيرات الجغرافية الناتجة عن استمرار انخفاض منسوب المياه في البحر الميت.
٣. إيجاد الحلول المناسبة للحد من انخفاض مستوى المياه في البحر الميت .
٤. المساهمة في تطوير السياحة في منطقة البحر الميت من خلال المشاريع المستقبلية وجعلها مقصدا سياحيا(Destination) مهما في المملكة، وتنمية النشاطات والاستثمارات السياحية فيها .

6.1 منهجية الدراسة :

- تقوم الدراسة على إتباع المنهجية التالية :

أولا: المنهج النظري (الوصفي) ويتحقق من خلال توضيح أثر العوامل الطبيعية على جغرافية البحر الميت وتراجع منسوب المياه فيه، والأهمية التاريخية والخدمات والمرافق والمقومات السياحية في المنطقة .

ثانيا: المنهج العملي والميداني والذي يتحقق من خلال الزيارات الميدانية للبحر الميت وعمل استبيان عنوانه (تأثير العوامل البيئية في جغرافية البحر الميت، دراسة في الإستراتيجيات السياحية المستقبلية) وتوزيعه على العاملين والمختصين في البحر الميت ، ومن ثم تحليل وتفريغ الاستبيانات وعمل تحليل إحصائي لها .

7.1 أسئلة الدراسة :

وتتمثل أسئلة الدراسة بما يلي :

1- ما هي استراتيجيات القطاع العام للتنمية السياحية في منطقة البحر الميت ؟

2- ما هي استراتيجيات القطاع الخاص للتنمية السياحية في منطقة البحر الميت ؟

3- ما هي المعوقات التي تواجه التنمية السياحية في منطقة البحر الميت ؟

كما وتجيب هذه الدراسة على بعض الأسئلة الفرعية :

1- ما هي أراء العاملين في القطاعات السياحية في المنطقة بتقييم أسعار المنشأة (فنادق البحر الميت) ؟

2- ما هي أراء العاملين في القطاعات السياحية في المنطقة بتقييم الخدمات التي تقدمها المنشأة للسياح ؟

3- ما هي أشكال التنمية السياحية المناسبة في منطقة البحر الميت من وجهة نظر العاملين في فنادق المنطقة ؟

4- ما هي الطرق والوسائل التي يمكن أن تسهم في تنمية السياحة في منطقة البحر الميت ؟

5- ما هي المعوقات التي تواجه السياح عند زيارة منطقة البحر الميت ؟

الفصل الثاني

الإطار النظري

يعد الإطار النظري أحد الركائز الأساسية للبحث العلمي، اذ يمكن الباحث من إدراك الخلفية العلمية والنظرية لمشكلة الدراسة، ويساعده في تحديد صياغتها، وتوضيح أهدافها، ويتعرف من خلاله إلى المبادئ والمفاهيم ذات الارتباط المباشر بدراسته ويوفر له المعلومات التي تمكنه من استنباط الحلول الملائمة لمشكلة الدراسة .

1.2 المبادئ النظرية للسياحة (Theoretical Principles of Tourism)

1.1.2 مفهوم السياحة (Tourism Conception) :

ذكر لفظ السياحة في القرآن الكريم في عدة آيات منها قوله تعالى: {فَسِيحُوا فِي الْأَرْضِ أَرْبَعَةَ أَشْهُرٍ وَاعْلَمُوا أَنَّكُمْ غَيْرُ مُعْجِزِي اللَّهِ وَأَنَّ اللَّهَ مُخْزِي الْكَافِرِينَ } (سورة التوبة، الآية 2) وقوله تعالى {وَمَنْ أَوْفَىٰ بِعَهْدِهِ مِنَ اللَّهِ فَاسْتَبْشِرُوا بِبَيْعِكُمُ الَّذِي بَايَعْتُمْ بِهِ وَذَٰلِكَ هُوَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ التَّائِبُونَ الْعَابِدُونَ الْحَامِدُونَ السَّائِحُونَ الرَّاكِعُونَ} (سورة التوبة، الآية 112) .

تعود كلمة السياحة (Tourism) لكمة (Tour) والمقصود بها رحلة والمشتقة من الكلمة اللاتينية (Turno)، وفي سنة (1643) تم استخدام مفهوم (Tourism) للدلالة على التجوال والسفر من مكان إلى *آخر*، حيث يتضمن هذا المفهوم لأول مرة جميع المهن التي تشبع الحاجات المختلفة للمسافرين (المقابلة وذيب، 2000) .

توصف السياحة على أنها أنشطة الأشخاص الذين يقومون بالسفر إلى أماكن خارج بيئتهم المألوفة والمقيمين فيها مدة لا تتجاوز سنة واحدة بلا انقطاع، وذلك بقصد الاستجمام، وغير ذلك من الأغراض غير الموصولة بمزاولة نشاط لقاء أجر من داخل الموقع المراد زيارته، وتعد السياحة أحد الأنشطة التي نمت وازدهرت كثيرا على مدى الربع الأخير من القرن العشرين كظاهرة اقتصادية واجتماعية (العمري، 2011) .

تعد السياحة البيئية Eco–tourism أحد فروع السياحة، حيث يكون فيها المقصد الأساسي للسائح أو الزائر المحيط البيئي والطبيعي، فإن السياحة البيئية هدفها التمتع بالطبيعة والبيئة وذلك من خلال التعرف على المحيط البيئي بما يحتويه من أنظمة وأنواع ومظاهر ثقافية وطبيعية، ومن مزايا هذا النوع من السياحة ضرورة إشراك المجتمع المحلي في الانتفاع والمسؤولية والمحافظة على الموارد وصونها وتطويرها (بظاظو، 2010) .

وفي عام 2003 عرفت السياحة الجمعية الدولية للسياحة البيئية (International Ecotourism Society) على أنها : السفر المسؤول إلى المناطق الطبيعية والذي يهدف إلى المحافظة على بيئة المناطق تلك، حيث تسهم في إيجاد توعية مميزة لحياة المجتمع المحلي التابع لهذه المناطق (IES،2003) .

وفي مفهوم السياحة يوجد هناك أمران لا بد من توضيحهما، الأول يركز على أن عملية الانتقال تكون مؤقتة، وذلك بأن تكون الفترة أكثر من أربع وعشرين ساعة وأقل من أثنى عشر شهراً، وفي هذا الجانب قد تكون السياحة بهدف الإقامة الطويلة أو الهجرة، وعندها لا تعتبر سياحة. أما ما يخص الجانب الثاني من السياحة فهو ضرورة انتقال الإنسان من موطنة الأصلي أو من مقر عمله إلى دولة أو أقليم آخر بقصد السياحة وليس البحث عن عمل أو الهجرة (الطائي، 2001) .

أما جوير فرولر (E. Guger Freuler) فقد عرف السياحة على أنها " عبارة عن ظاهرة طبيعية من ظواهر العصر الحديث والأمر الأساسي المتعلق بها وهي الطلب المتزايد للحصول على عمليات الاستجمام وتغيير الجو والوعي الثقافي الصادر من تذوق جمال مشاهدة الطبيعة ومتعة الاستمتاع بجمالها (عبدالوهاب، 1967) .

2.1.2 مفهوم السائح :

تتعدد المفاهيم وتتعقد التفسيرات الخاصة بالسائح وذلك نتيجة للزيادة المطردة في الدراسات والأبحاث في هذا الميدان مثل الدراسات الإحصائية التي تهتم بجمع المعلومات الخاصة بأعداد السياح وغير ذلك، حيث يعتبر السائح هو الناشط والمستهلك للخدمات السياحية المتوفرة في مناطق العرض السياحي، وهناك عدة

تعاريفاً مختلفة حول معاني السائح Tourist، والمسافر Traveler، الزائر Visitor لعل من أهمها :-

١. تعريف أوجلفى Ogilvie (1933) بأن السائح هو الشخص الذي تتسم حركته بسمتين، الأولى وهي البعد عن المنزل الدائم لفترة قصيرة نسبيا، والثانية ما ينفقه السائح من مال خلال فترة بقائه، ما لم يكتسبه السائح من منطقة الاستقبال فإن تعريف أوجلفى يركز على الجانب الاقتصادي فالسائح هنا مستهلك وليس منتجاً (عبد الحكيم والديب، 2012) .

٢. تعريف جمعية خبراء الإحصاء التابعة لعصبة الأمم، في عام 1937 أقرت هذه الجمعية تعريفاً للسائح " هو الشخص الذي يسافر إلى دولة أخرى لفترة تبلغ 24 ساعة أو أكثر، فإن هذا التعريف يشمل الأشخاص المسافرين للعمل والعلاج والترويح والمقابلات، وقد استبعد من هذا التعريف مجموعة من الفئات التالية:

أ- الوافدون من أجل الإقامة الدائمة أو المؤقتة .

ب-الطلبة وصغار السن ومن التحقوا بالمدارس والبيوت الداخلية .

ت-الذين يقيمون في دولة ويعملون في أخرى سكان مناطق الحدود.

ث-المسافرون الذين يعبرون الدولة دون توقف حتى ولو زادت مرحلة العبور عن 24 ساعة .

- وقد وافق الإتحاد الدولي لمنظمة النقل الرسمية (IUOTO International Union of Official Travel Organization) على التعريف السابق من تعريف عصبة الأمم في عام 1950 ولكن أن يكون الذين يتلقون تعليمهم بالخارج من فئة الطلاب وصغار السن ضمن فئة السائحين، وإلا يعامل الرحالة والمتنزه معاملة السائح(Gee & others، 1984)

٣. تعريف قاموس أكسفورد الذي يعرف السائح بأنه الشخص الذي يقوم برحلة – أو رحلات بغرض الترويح والتثقيف، أو من أجل الاهتمامات الخاصة أو لكون منطقة الاستقبال مفضلة لديه (The Oxford English Dictionary،1989، p.306) .

التعريف بأن الزائر هو الشخص الذي يقوم بزيارة أي دولة غير دولته وذلك لأي سبب كان ما عدا الالتحاق بالعمل يغطي هذا التعريف فئتين من الزائرين:

أ- السياح Tourists، وهم زوار مؤقتون وذلك لغرض زيارة الأسرة أو المهام والمقابلات أو قضاء وقت الفراغ في الترويح فهم يمكثون أربعا وعشرين ساعة على الأقل .

ب-المتنزهون Excursionists، وهم زوار مؤقتون ويقصد بهم المسافرين العابرين يقضون فتره تقل عن 24 ساعة (1982، Mathieson).

السائح البيئي : يعرف السائح البيئي على أنه الفرد الذي يقوم بالتجوال لمشاهدة الأحياء البرية والأحياء البحرية أو الأفراد الذين يهتمون بالطبيعة ويحمونها، ومن هم مهتمين بالعادات والتقاليد، حيث يشمل ذلك أعضاء الجمعيات العامة والأساتذة في الجامعات والطلبة وذلك سواء أكانوا قد أتوا من أماكن قريبة أو بعيدة (الرواشدة، 2009).

3.1.2 مفهوم الاستجمام وأنواعه :

يعرف الاستجمام بأنه أوقات فراغ الإنسان التي يقضيها بالمتعة والراحة بعد العمل، حيث يعد الاستجمام مرادفاً للترويح، ونميز بين نوعين من الاستجمام هما:

أ- **استجمام منزل أو داخلي** Indoor Recreation

هذا النوع يمثل الأنشطة الترويحية التي تتم في محيط السكن، وذلك لمدة عدة ساعات مثل ممارسة السباحة في بركة المنزل أو قضاء الوقت في مشاهدة التلفاز، أو الإستمتاع إلى صوت المذياع .

ب-استجمام خارجي Outdoor Recreation

ويقصد به الأنشطة الترويحية، التي تتم خارج محيط المنزل في مدة لا تزيد عن 24 ساعة وذلك عن طريق الذهاب إلى المسرح أو الذهاب إلى السينما أو زيارة المتنزهات العامة .

- **ويمكن تقسيم الاستجمام الخارجي إلى :**

أ- استجمام خارجي قريب، يتمثل هذا النوع بقضاء الوقت ضمن المدينة التي يقطنها المستجم أو قريبا منها وذلك خلال مدة معينة لعدة ساعات لا تتجاوز نصف يوم .

ب- استجمام خارجي بعيد، وهذا النوع يتطلب من المستجم استخدام وسيلة نقل حيث أن هذا النوع من الاستجمام يعد خارج حدود المدينة وتصل مدة الاستجمام إلى أقل من ٢٤ ساعة (موسى، 1998) .

4.1.2 الريادية في القطاع السياحي في الأردن Entrepreneurship :

تعرف الريادية Entrepreneurship لغوياً على انها الشخص المنظم أو المقاول، ومن جهة أخرى اختلف العلماء في تعريف الريادية في المجال الاقتصادي، حيث اتفق عدد من علماء الاجتماع على تعريف الريادي على انه المتغير الذي يقوم بربط محيط الحضارة الاجتماعية بمستوى التطور الاقتصادي (المومني، 2011) . ويعرف الريادي في القطاع السياحي بأنه المستثمر في القطاع السياحي والذي يتمتع بإحدى الصفات التالية :

أ- إيجاد منتج سياحي متميز، وذلك من خلال الابتكار والإبداع في الاستثمار السياحي.

ب- الاستمرارية في الاستثمار السياحي، على الرغم من المشاكل والضغوط التي تواجه الريادي في بداية استثماره .

ت- المبادرة بالاستثمار في القطاع السياحي، وذلك من حيث نوع الاستثمار والوقت الذي يدخل فيه الاستثمار (الشعر، 1995) .

5.1.2 أنواع السياحة في الأردن :

تنشطت السياحة في الأردن لكونه يشمل على جميع المقومات السياحية ممثلة بالمقومات الطبيعية التي خلقها الله سبحانه وتعالى ممثله بالتضاريس البحرية منها والبرية، إذ تعتبر العقبة من أفضل المواني على البحر الأحمر من حيث إحتواء البحر على أفضل وأجمل المرجان البحري في العالم .

والبحر والميت بميائه العلاجية وأنعم الله عليه بتضاريس طبيعيه مميزه بجبالها فالهضبه الجبلية الممتده من شماله إلى جنوبه ذات طقس معتدل صيفا وتعلو قممها الغابات وتتوزع فيها الحمامات المعدنيه ليعيش فيها العديد من الحيوانات البريه، مما دفع الحكومات المتعاقبه في الأردن على نشر المحميات الطبيعيه حفاظاً على هذه الثروة السياحية .

وذلك كون الأردن يضم أثاراً تعود لحضارات من العصور الحجرية واليونانية الرومانية والنبطية العربية والإسلامية، فإن بعض هذه الحضارات ما زالت حضارات ماثلة تشهد سنويا العديد من السياح من داخل الأردن وخارجه .

تساعد هذه المقومات على تنشيط الحركة السياحية في الأردن، فإن مدينة البترا الأثرية أحدى عجائب الدنيا السبع لعام ٢٠٠٧، فموقع البترا الأثري فريد من نوعه في العالم يجذب السياح لزيارته ومشاهدة دهشة المكان، أما عن الصحراء الأردنية فهي تحتوي على مظاهر جيومورفولوجية وجغرافية فريدة في العالم ومن هذه المظاهر وادي القمر ووادي رم ووادي عربة وغيرها، كما يعتبر البحر الميت من المناطق الفريدة في العالم، حيث يعد البحر الميت أخفض نقطة في العالم إذ يصل انخفاضه عن مستوى سطح البحر إلى نحو ٤٢١ مترا وذلك حسب قياسات عام ٢٠٠٨، فإن البحر الميت يحتوي على مواد كيماوية متعددة لها القدرة على شفاء العديد من الأمراض عن طريق مياهها والطين الذي يدهن به الجسم فهو مفيد لبعض الأمراض، أما مدينة العقبة فهي من أشهر المعالم السياحية في الأردن حيث تعد هذه المدينة مقصداً سياحياً ولهواة الغوص المائي باعتبارها بيئة نظيفةً وصالحةً معظم أيام السنة لممارسة رياضة الغوص وركوب الأمواج .

للسياحة في الأردن عدة أهداف وأشكال، نوجزها فيما يلي :

أ- **السياحة الاقتصادية** : يقصد بهذه السياحة الأشخاص القادمون للمشاركة في المعارض الدولية في مجال الكتب والكهربائيات والحواسيب وغيرها، فإن معظم زبائن السياحة الاقتصادية هم رجال أعمال من داخل الأردن وخارجه، فهذا الشيء يقوم على زيادة تنشيط حركة نزلاء الفنادق ورواد المطاعم وزيارة المناطق الأثرية عامة ومنطقة البحر الميت والعقبة خاصة .

ب- **السياحة الرياضية** : تقوم هذه السياحة على جذب السياح من بقاع العالم، ويعود الفضل إلى مركز البحر الأحمر للغوص الموجود في مدينة العقبة، وتهدف هذه السياحة إلى تعلم أنواع الرياضات المائية وممارستها، حيث يقوم هذا المركز على تدريب العديد من يرغبون والهواة من داخل الأردن وخارجه .

إذ تعد منطقة العقبة مكان جذب سياحي وخاصة لهواة ممارسة التزلج على الماء، بالإضافة إلى الاستمتاع بركوب القوارب الزجاجية التي من خلالها يستطيع السائح أن يشاهد الكائنات البحرية المتنوعة والمرجان .

وتتأمل الجهات المعنية بالسياحة في الأردن أن تشهد الفترة ما بين ٢٠٠٨ – ٢٠٢٠ المزيد من إنشاء وإقامة الدورات الرياضية في منطقة العقبة حيث يشارك بها كل من يرغب وهواة هذه الرياضة من الأردن وخارجه .

ت- **السياحة الثقافية** : تهدف السياحة الثقافية في الأردن للإطلاع على العادات والتقاليد وأنماط الحياة المتباينة. حيث تقوم جمعية الدراسات الاجتماعية الأردنية وهي جمعية علمية ثقافية مقرها محافظة اربد، بتنظيم رحلات ثقافية داخل الأردن وخارجه، وذلك بهدف الإطلاع على أنماط الحياة المتنوعة للناس، فمن نشاطات وفعاليات هذه الجمعية للفترة ما بين ١٩٩٦ – ٢٠٠٨ القيام بسياحة ثقافية على النحو الأتي :

١- سياحة داخلية لمحافظات المملكة، حيث قامت الجمعية بمجموعة زيارات داخل مواقع سياحية في الأردن منها العقبة والبحر الميت ومادبا ووادي رم والعاصمة عمان وجرش وعجلون والكرك والأغوار. ومن النشاطات السياحية للجمعية زيارة جامعة الطفيلة التقنية حيث تم الإطلاع على أقسام الجامعة وزيارة معظم قرى محافظة الطفيلة للإطلاع عن قرب على عادات وتقاليد أهالي هذه المحافظة، بالإضافة إلى زيارة حمامات عفرا التي تتسم بالنظافة والمياه المشبعة بالحديد التي لا يصدر منها أي روائح تضايق الإنسان، وتم أيضا زيارة محمية ضانا والتي يتوفر فيها مبيت يتسع الزوار القادمين .

٢- سياحة خارجية، قامت الجمعية بتنظيم رحلات سياحية ثقافية إلى الجمهورية السورية والمملكة العربية السعودية منذ عام ١٩٩٦ – ٢٠٠٨، فقد تم خلال هذه الرحلات الإطلاع على ثقافات محافظات دمشق وحمص واللاذقية وحلب وأيضا تم زيارة جامعات حلب ودمشق وتشرين .

كما تم زيارة بعض المناطق في السعودية والإطلاع على ثقافاتهم، وأيضا زيارة الجامعات في مكة المكرمة والمدينة المنورة .

ث- **السياحة الدينية** : يزور الأردن *الآلاف* من السياح سنويا من داخل الأردن وخارجه وذلك بقصد الزيارة والتبرك والسياحة فإن الأردن يضم عدداً من الأضرحة والمقامات لعدد من صحابة رسول الله صلى الله علية وسلم، وأيضا يزور الأردن العديد من السياح الأجانب وذلك لزيارة الكنائس القديمة والمغطس والأديرة .

ج- **السياحة العلاجية** : تعد السياحة العلاجية من أهم وأوسع أنواع السياحة في الأردن فالحمامات المعدنية منتشرة في الأردن من شماله إلى جنوبه مثل حمة أبو ذابلة وحمة المخيبة وأشهر هذه الحمامات حمامات ماعين وحمامات عفرا وبربيطة لما تقدمة من توفير سبل العلاجات العلمية الحديثة من مستشفى يمارس فيه العلاج الطبيعي والمساج والتدليك، وأيضا يوجد فندق ومسابح حديثة ومطاعم.

ح- **السياحة الترفيهية** : تعتبر السياحة الترفيهية ذات نشاط عالي في جميع فصول السنة في الأردن، فإن عدداً من الأردنيين يقومون في فصل الصيف بزيارة مرتفعات عجلون ومناطق عنجرة وعبين واشتفينا، التي تشهد ازدحاماً من جهتين من داخل الأردن يوم واحد(سياحة داخلية)، ومن خارج الأردن (من دول الخليج العربي وخاصة السعودية) وباقي دول العالم (سياحة خارجية)، زيارة هذه المناطق لمدة تتراوح ما بين ١٠ – ٣٠ يوماً، وأيضا تشهد مرتفعات البلقاء وجرش حركة سياحة ترفيهية نشطة في فصل الصيف من قبل سكان العاصمة عمان بصورة رئيسية وباقي محافظات المملكة، أما عن فصل الشتاء

فإن سكان الأردن يقومون بزيارة غور الأردن والبحر الميت تتميز به هذه المناطق بالطقس الجميل والهادئ.

خ- **سياحة المهرجانات** : يقام في الأردن مهرجانات ثقافية وترفيهية يقصدها الزوار من داخل الأردن وخارجه، ومن هذه المهرجانات مهرجان جرش ومهرجان مادبا ومهرجان الأزرق والفحيص وغيرها، فإن هذه المهرجانات منشطة للحركة السياحية سواء الداخلية منها أو الخارجية .

د- **سياحة المؤتمرات العلمية** : تقوم الجامعات الرسمية والأهلية في الأردن وهي: الأردنية، البلقاء، مؤتة، آل البيت، الطفيلة، العلوم والتكنولوجيا، جرش، عمان الأهلية، الشرق الأوسط، الزرقاء، جدارا اربد الأهلية، البترا، الإسراء، الزرقاء، فيلادلفيا، عمان العربية، والعربية المفتوحة، بعمل مؤتمرات علمية تساهم في تنشيط الحركة السياحية في الأردن، فبعد انتهاء المؤتمر ينظم القائمون عليه رحلات سياحية ثقافية للمشاركين للمواقع المختلفة، مثل العقبة والبحر الميت والبترا ووادي رم والقلاع والقصور الإسلامية وبعض المقامات والأضرحة والكنائس وغيرها (المومني، 2011)

6.1.2 مركبات السياحة الأساسية :

تتركب السياحة من ثلاث عناصر أساسية هي: المكان ووسيلة الانتقال ولوازم الإيواء فإنها جميعا تشكل عناصر الجذب السياحي .

- وقد رتب بيترز Peters عناصر الجذب السياحي في خمس مجموعات وهي:

أولاُ: الثقافة Culture وهذا النوع يمثل المتاحف والمباني التاريخية والمناطق الأثرية إضافة للإطلاع على ثقافات الغير والمؤسسات التعليمية والمنشآت الدينية .

ثانياً: التقاليد Traditions حيث تتضمن الموسيقى والفلكور الشعبي والأعياد القومية والأزياء الشعبية والحرف اليدوية .

ثالثاً: المشاهد Scenes وتتضمن الحياة البرية (الحيوانية والنباتية) والحدائق العامة وأيضا المنتجعات الشاطئية والجبلية .

رابعاً: الترفيه Entertainment وهذا النوع يمثل المشاركة في أنواع الرياضات ومشاهدتها وحدائق الحيوانات ودور السينما والمسارح والأندية ومنتزهات الاستجمام.

خامساُ: وسائل جذب أخرى، وتتضمن المنتجعات الصحية والمناخ والمياه المعدنية (Peters، 1969) .

- **عناصر الجذب السياحي كما يراه روبنسون Robinson :**

يرى روبنسون (Robinson،1976) أن عناصر الجذب السياحي التي تمثل الأساس في تطور السياحة كما يأتي :

١- المناطق الطبيعية الجذابة Scenic Attractions
٢- الوسائل الترفيهية Amenities
٣- العوامل التاريخية والثقافية Historical and cultural factors
٤- الطقس الجميل Pleasing weather
٥- توفير حاجيات الحياة الأساسية Accommodation
٦- سهولة الوصول Accessibility

7.1.2 التحديات التي تواجه قطاع السياحة في الأردن :

يوجد بعض التحديات التي تواجه قطاع السياحة في الأردن والتي تتمثل في البيئة والجودة والمنافسة والتمويل والتكنولوجيا، ولهذا السبب على الجهات المسؤولة في المملكة الأردنية القيام بالمهام الآتية :

١- إيجاد خدمات سياحية وسلع جديدة ومتنوعة، بالإضافة إلى فتح أسواق جديدة لتوفير ما يحتاجه السائح في فترة إقامته في المناطق السياحية في الأردن .
٢- العمل على إيجاد خدمات سياحية وسلع ذات قيمة عالية والتي تمثل المفهوم الاقتصادي Value for money .
٣- العمل على تطوير العلاقة الطيبة بين المضيف والسائح الضيف .
٤- توفير حملات ودعايات ترويجية وتسويقية promotion بشكل مركز وفعال .
٥- السعي لتطوير العلاقة ما بين الإدارة Administration والعاملين في الحقل.
٦- مشاركة المجتمعات المحلية في القرارات التي تقام على تطوير القطاع السياحي في مناطقهم، وأيضا مشاركة المجتمعات المحلية في التطوير والإدارة العلمية السياحية .

٧- المحافظة على المفهوم الجديد للسياحة وهو السياحة المستدامة Sustainable Tourism والتي تقوم على الاهتمام والمحافظة على البيئة الطبيعية والعمل على الاستثمار في هذا الاتجاه (الخطيب، 1996) .

2.2 منطقة البحر الميت

تعد منطقة البحر الميت من المعالم السياحية المهمة من حيث موقعها الجغرافي، إذ يقع في أخفض نقطة على سطح الأرض على عمق 421 متراً تحت مستوى سطح البحر وذلك حسب قياسات شهر شباط من عام 2008م، حيث تبلغ درجة تشبّعه بالملوحة عشرة أضعاف تركيزها في مياه المحيطات وتبلغ مساحة البحر الميت بحدود 1190 كم² بطول حوالي 70 كم وعرض لا يتجاوز 17 كم (النواصرة، 2009) .

ومن الأسباب التي أدت إلى تقلص مساحة البحر الميت أن هناك بعض المشاريع الثانوية التي قامت على تقليل وصول المياه العذبة إلى البحر الميت ومن هذه المشاريع إقامة السدود على بعض الأودية شرق البحر الميت وفي وادي الأردن مثل سد الملك طلال وسد ووادي العرب وسد الكفرين وأيضا قناة الغور الشرقية، وقيام المشاريع على بعض الأودية الصغيرة التي تصب مباشرة في البحر الميت ومن هذه الأودية وادي الحسا حيث أقيم عليه سد التنور ووادي الموجب حيث تم بناء سد على وادي الموجب وغيرها من الأودية التي كان لها تأثير سلبي في منسوب المياه العذبة التي تصل البحر الميت ولسبب شح الأمطار وقلة المياه المتدفقة للبحر الميت من هذه الأودية (الوحوش، 2005) .

يأتي إلى البحر الميت الآلاف من السياح والزوار سنويا من داخل الأردن وخارجه، حيث يمكنهم الجمع ما بين الفائدة العلاجية من المياه الحارة المعدنية والمياه شديدة الملوحة وأشعة الشمس، بالإضافة إلى التمتع بأكبر قدر ممكن من الأكسجين الناتج عن ارتفاع كثافة نسبة غازات الجو الأخرى وتجمعه في أخفض بقاع العالم والغازات العلاجية المتبخرة من مياه البحر الميت، فقلما نجد هذه المزايا النادرة مجتمعة في أي من المواقع السياحية العالمية (المومني، 2001) .

1.2.2 الأهمية التاريخية لمنطقة البحر الميت

١. تروي المصادر التاريخية أن منطقة البحر الميت كانت مسرحاً لأحداث تاريخية قديمة فقد كان المؤرخون يهتمون بدراسة وتحليل هذه المنطقة حيث أطلق العديد من الأسماء على البحر الميت ومنها : بحر عمق السديم وبحر العربة وبحر الملح وبحر المشرق والبحر الميت وبحر السدوم والبحيرة الزفتية والبحيرة النتنة وبحيرة لوط(المهيرات، 1995). وقد كان هناك عدة مدن قديمة تعود للقرن العشرين قبل الميلاد ومنها : صوبيم وأدومة وسدوم وعمورة وزغر. فإن هذه المدن كانت تسمى بالمؤتفكات كما وردت في القرآن الكريم (سورة **التوبة، الآية ٧ (كَيْفَ يَكُونُ لِلْمُشْرِكِينَ عَهْدٌ عِنْدَ اللَّهِ وَعِنْدَ رَسُولِهِ إِلَّا الَّذِينَ عَاهَدْتُمْ عِنْدَ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ ۖ فَمَا اسْتَقَامُوا لَكُمْ فَاسْتَقِيمُوا لَهُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَّقِينَ) وسورة الأعراف، الآية ٨ (وَالْوَزْنُ يَوْمَئِذٍ الْحَقُّ ۚ فَمَنْ ثَقُلَتْ مَوَازِينُهُ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ)** وسورة هود، الآية ١٨**(وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَى عَلَى اللَّهِ كَذِبًا أُولَٰئِكَ يُعْرَضُونَ عَلَى رَبِّهِمْ وَيَقُولُ الأَشْهَادُ هَؤُلاء الَّذِينَ كَذَبُواْ عَلَى رَبِّهِمْ أَلاَ لَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الظَّالِمِينَ))** .

2.2.2 تشكل البحر الميت

تكونت عدد من البحيرات شمال وجنوب منطقة البحر الميت قبل أن يتخذ البحر شكله الحالي ومن حيث الامتداد الأفقي والارتفاع عن مستوى سطح البحر فإن هذه البحيرات متباينة، ومن أهم هذه البحيرات :

1- بحيرة أصدام :

تعد هذه البحيرة أول البحيرات الموجودة في المنطقة إذ أنها تعود إلى مرحلة البليوسين / الدور الخامس أي قبل حوالي ٧ إلى ٣ مليون سنة، فقد كانت تزود هذه البحيرة بالماء عن طريق اتصالها بعدد من الجروف ونتيجة تبخر المياه في هذه المنطقة تكونت أملاح وصل سمكها إلى حوالي ٤٠٠٠م، ويعتقد أن ملوحة البحر الميت أتت من هذه البحيرة(عابد، 1985).

2- بحيرة السمرة :

وهي البحيرة الممتدة من منطقة بيسان شمالاّ وحتى عين الحصب جنوباً، والتي يقدر عمرها بنحو ٧٠ ألف سنة وتمتد بطول ١٩٠كم (Bentor، 1961). يُعتقد أن مياه هذه البحيرة عذبة وأن الأودية الموجودة في منطقة البحر الميت قد بدأت بالتشكل في تلك المرحلة (عابد، ١٩٨٥) .

3- بحيرة اللسان :

وهي البحيرة التي وصل أعلى مستوى لها بحدود ١٨٠م تحت مستوى سطح البحر(Neev and Emery،1967). وتمتد من أطراف بحيرة طبرية في الشمال وحتى جرف خنيزيرة جنوب الحوض الشمالي للبحر الميت بطول ٢٢٠ كم (عابد، ١٩٨٥). ومن أواخر البحيرات التي تشكل البحر الميت الحالي.

3.2.2 أبرز الخصائص البيئية للبحر الميت :-

يمتاز البحر الميت ببعض الخصائص البيئية التي عززت مكانته السياحية على مستوى العالم وجعلت منه مركزاً مهماً لجذب الفئات المختلفة من السياح، ومن أهم هذه الخصائص :-

١- موقع البحر الميت المتميز بتركيبته الجيولوجية بالقرب من وادي الموجب
٢- نسبه الأملاح الموجودة في البحر الميت التي تصل الى عشرة أضعاف المعدلات الموجودة في المحيطات .
٣- تزايد ارتفاع درجات الحرارة مقرونة بانخفاض معدلات الرطوبة .
٤- غنى طينة البحر الميت بالمعادن التي تسمح بامتصاص أشعة الشمس .
٥- معدل سطوع الشمس على البحر الميت الذي يصل إلى حوالي 355 يوما في السنة .
٦- نسبة الأكسجين ترتفع حتى تصل إلى حوالي عشرة أضعاف ما هو موجود في الأماكن الأخرى (Harahsheh،2002) .

4.2.2 الخدمات والمرافق السياحية في منطقة البحر الميت :

ازدهرت منطقة البحر الميت منذ منتصف عقد التسعينيات حيث أقيم الكثير من المشاريع الاستثمارية من منتجعات وفنادق ومراكز تعمل على تلبية حاجات ورغبات السياح القادمين لهذه الوجهة السياحية المهمة ومن أبرز هذه المرافق :

١- توفير العديد من الفنادق في منطقة البحر الميت ومن هذه الفنادق، فندق كمبنسكي عشتار وفندق هوليدي إن ريسورت وفندق كراون بلازا وفندق ماريوت وادي الأردن وغيرها من الفنادق .

٢- مركز الحسين بن طلال للمؤتمرات والذي يُعد من أهم المراكز لسياحة المؤتمرات التي ازدهرت في منطقة البحر الميت خصوصا مع الانعقاد شبه المنتظم لملتقى دافوس البحر الميت، فإن هذا المركز يحتوي على أكثر من 25 قاعة خاصة بالاجتماعات والمؤتمرات، حيث تصل الطاقة الاستيعابية لهذا المركز الى أكثر من 3000 مشارك .

٣- مركز البحر الميت العلاجي الذي تم تأسيسه في عام 1989، ويقوم بتقديم الخدمات العلاجية للمرضى الذين يعانون من الأمراض الجلدية وأمراض المفاصل والأعصاب .

٤- شاطئ عمان السياحي الذي يوفر الخدمات للراغبين في الاستجمام على شاطئ البحر الميت ومن هذه الخدمات غرف استبدال الملابس وأحواض سباحة وأماكن للجلوس والتنزه .

٥- مركز بانوراما البحر الميت الذي يقدم الخدمات للوافدين إلى البحر الميت ومن أبرزها متحف البحر الميت الذي يعرض جملة من المعلومات البيئية والجيولوجية الخاصة بالبحر الميت وخصائصه الطبيعية، حيث يقدم مركز بانوراما البحر الميت خدمات الطعام والشراب للزوار الراغبين في الاستمتاع برؤية البحر الميت والمناظر الخلابة المحيطة به. ويقع المركز في موقع مطل على البحر الميت ويعتبر نقطة انطلاق لمسار الزارا البيئي، حيث يبدأ السياح رحلتهم باتجاه منطقة الزارا وما تحتويه من مقومات طبيعية رائعة وجذابة، The Royal Society for the Conservation of Nature .

5.2.2 دوافع السياحة في منطقة البحر الميت

يمكن توضيح دوافع السياحة لمنطقة البحر الميت بالأتي :

١- التمتع بالطبيعة، حيث تبلغ نسبة السياح الذين يزورون البحر الميت سنويا حوالي ١،٧٣%، أما نسبة السياح الأمريكان لهذا الغرض فهي ٥،٨٧% والأردنيين ٧٣% والعرب ٣،٧٢% والجنسيات الأخرى ٥،٦٢% .

٢- التمتع بأشعة الشمس والطقس الدافئ شتاءاً لدى جميع الجنسيات، حيث وصلت نسبتهم ٤،٥٢% .

٣- التنزه، حيث تبلغ نسبة ٧،٥٦% من رواد منطقة البحر الميت هم بقصد التنزه

٤- السباحة، والتي بلغت نسبة ٥،٥٠% للراغبين بالسباحة (المومني، 2011) .

6.2.2 المقومات السياحية الطبيعية لمنطقة الساحل الشرقي للبحر الميت

تتوفر في منطقة الساحل الشرقي للبحر الميت عدة مقومات سياحية طبيعية تقوم على جذب السياح لزيارة المنطقة والاستجمام بها، ونوضح هذه المقومات على النحو الأتي (المهيرات، 1995) :

أولا- الجيولوجيا والتضاريس: تعتبر الاختلافات في منطقة الساحل الشرقي للبحر الميت من عوامل الجذب السياحي وذلك من حيث أشكال سطح الأرض وتركيبها الجيولوجي وبيئتها الطبيعية، فإن العوامل التي تحدث في الأرض من عوامل النحتّ والتعرية والترسبات والحركات الأرضية شكلت شواهد أرضية وغطاء نباتي قمة في الجمال، أما ما يزيد من جذب السياح للمنطقة فهو تدفق المياة الحارة المعدنية الى مياه البحر الميت والتي يقدر تصريفها بنحو ٥٥٠ مترا في الثانية (سلطة وادي الأردن، 2008). ومن المظاهر الجغرافية التي تجذب السياح عدداً من الأودية الجافة أو شبة الجافة حيث تفيض هذه الأودية وقت هطول الأمطار مشكلة عدداً من الروافد المائيه للبحر، ومن هذه الدلتوات التي تشكل عند هطول الأمطار دلتا المخيرص والتي يبلغ طولها نحو ١٣٠٠ متر(عودة ورمضان، 1988)، فقد قامت سلطة وادي الأردن بتأجير جزء منها لإقامة فندق البحر الميت .

ثانيا- المناخ : تعد منطقة الساحل الشرقي للبحر الميت من المناطق التي تجذب السائح لها وخاصة في فصلي الشتاء والربيع فإنها تكون هدفاً لطالبي الاستجمام والسياحة من داخل الأردن وخارجه، حيث تبلغ معدلات درجات الحرارة في أبرد شهور فصل الشتاء (كانون الثاني) نحو ١٥ درجة مئوية، فهذا الشيء يؤدي غالباً إلى حجوزات فنادق البحر الميت شبه كاملة في هذه الفترة من السنة .

أما ما يخص الرياح السائدة في منطقة الساحل الشرقي للبحر الميت فإنها رياح شمالية وشمالية غربية، ويقدر معدل الرطوبة النسبية في فصل الشتاء حوالي ٦٠% أما في فصل الصيف حوالي ٤٤%(السقرات، 1989)، وهذه المعدلات تناسب السياح والمستجمين في فصلي الشتاء والربيع حيث تنشط السياحة في هذين الفصلين.

ثالثا- مياه البحر الميت وخط الساحل الشرقي له : تعد مياه البحر الميت من أهم مقومات الجذب السياحي في المنطقة وذلك لصفاتها العلاجية الممتازة والاستمتاع بمنظر مياه البحر الميت عند شروق الشمس وغروبها وأيضاً دهن جسم الإنسان بطينة البحر الميت التي تعد علاجاً للبثور الجلدية والحكة، فإن خاصية البحر الميت العلاجية تعود إلى أن البحر الميت أشد المياه ملوحة في العالم، إذ تصل نسبة الملوحة فيه حوالي ٣٣% (البحيري، 1991) بكثافة تبلغ نحو ٢٦،١% ما أكسبه ميزة السباحة الآمنة (دويك، 2000)، وأيضا درجة حرارة مياهه المقبولة صيفا وشتاءاً وهدوء أمواجه، حيث تبلغ أعلى درجة حرارة لمياه البحر الميت في شهر أب ٣٧ درجة مئوية، وأدنى درجة حرارة في شهر كانون الثاني من ١٩-٢٣ درجة مئوية (Ahad، 2006).

7.2.2 العوامل المؤثرة في الحركة السياحية في منطقة الساحل الشرقي للبحر الميت

هناك عدة عوامل ساهمت في نمو السياحة في الساحل الشرقي لمنطقة البحر الميت، نوضحها على النحو التالي :

١- عامل الدخل وجنسية السائح، والمستجم، حيث يعتبر السياح الذين يزورون البحر الميت من الجنسيات الأجنبية لديهم مستويات مرتفعة من الدخل وذلك بخلاف السياح من الجاليات العربية والمستجمين الأردنيين فهم من ذوي الدخول المتوسطة أو المتدنية، حيث تصبح القدرة على الإنفاق من هؤلاء محدودة .

٢- عامل مكان التسوق، تقوم النسبة الأكبر من الزوار لمنطقة البحر الميت على التسوق من خارج منطقة البحر الميت، وذلك لأن المشتريات غالية الثمن في فنادق ومحلات منطقة البحر الميت .

٣- عامل يوم الحضور ومكان الإقامة على السياح، حيث تعتبر حركة السياحة نشطة في عطلة نهاية الأسبوع بالدرجة الأولى وفي ساعات الصباح وساعات ما بعد الظهر في أيام الجمع وأيام الأحد من كل أسبوع .

٤- عامل العمر والحالة الاجتماعية، تبين أن أغلب الأشخاص الذين يزورون منطقة البحر الميت هم من الفئة العمرية الشابة حيث يغلب عليها الطابع العائلي، وكيفية الحضور تكون برفقة العائلة الزوج والزوجة والأولاد أما في بعض الأحيان فقد يكون زوار منطقة البحر الميت الوالدين والأصدقاء .

٥- عامل دوافع الزيارة، حيث يأتي الزائر إلى منطقة البحر الميت للتمتع بالمناظر الطبيعية والتنزه والسباحة والعلاج والمناخ الدافئ شتاءاً والتصوير وغيرها .

٦- عامل التعليم والمهنة، يعد أغلب الزوار لمنطقة البحر الميت من المتعلمين ولكن بتفاوت حسب جنسياتهم، فإن نسبة المتعلمين مرتفعة لدى السياح الأجانب من فئات التعليم العليا، وللعرب والأردنيين من فئات التعليم المتوسط، والجامعي. حيث يمثل معظم الزوار والمستجمين الأردنيين والسياح العرب من موظفي القطاع العام، أما عند السياح الأجانب فإن الأشخاص الذين يزورون البحر الميت هم من أصحاب المهن ورجال الأعمال وموظفي القطاع الخاص والمتقاعدين .

٧- عامل تكرار الزيارة: وهذا العامل يرتبط بدافع الزيارة الموسمية والمسافة المقطوعة. فإن البحر الميت منطقة تشهد معدلات عالية لتكرار الزيارة لدى الأردنيين، بينما هي مرة أو مرتين للعرب والأجانب،وذلك لأن منطقة البحر الميت منطقة دافئة في فصل الشتاء مما تتيح للأردنيين الاستمرار في زيارة المنطقة مما يساعد على نمو الحركة السياحية في منطقة البحر الميت (المهيرات، 1995) .

8.2.2 عوائق المنتج السياحي في منطقة البحر الميت

تعد منطقة البحر الميت من أهم الوجهات السياحية في الأردن حيث تعتبر الأخطار التي تهدد المنطقة المتمثلة في ارتفاع نسبة تبخر المياه وقلة المصادر المغذية له سبباً يقوم بدفع المتحمسين للبيئة ونشطائها لزيارة المنطقة والإقبال على شراء البرامج السياحية وذلك بالرغم من وجود بعض العوائق التي تعتري المنتج السياحي الذي تقدمه المنطقة كوجهه سياحية التي من أهمها :-

أ- ضعف آليات الربط بوسائل النقل العام بين المدن الرئيسية الأردنية ومنطقة البحر الميت، وهذا السبب يجبر السائح إلى اللجوء لاستخدام المركبات الخاصة أو استئجار المركبات السياحية للوصول إلى منطقة البحر الميت .

ب- ضعف الخدمات السياحية المقدمة في منطقة البحر الميت، إذ أن أغلب الخدمات الفندقية تنحصر في فنادق الدرجة الأولى، حيث تعاني الشواطئ من عدم وجود الخدمات الترفيهية المنافسة من مطاعم وغيرها لفئات السياح ذات الدخل المتوسط أو المتدني .

ت- إستمرار تأثير العوامل البيئية السلبيه التي سبقت الأشاره لها في منطقة البحر الميت دون إتخاذ أية إجراءات حقيقية لمنع هذا التدهور .

ث- محدودية الشواطىء المنظمة في منطقة البحر الميت، إذ تخضع الكثير من المساحات المطورة والمجهزة بالخدمات لسلطة الفنادق التابعة لها، مما يحد من فرص الدخول إليها لمختلف الفئات المتوسطة والمتدنية الدخول (الرواضية: ٢٠١٣).

٩,٢,٢ قناة البحرين وأثرها على البحر الميت

يعد مشروع ناقل البحرين البحر الأحمر- البحر الميت ذو أهمية عالية على قطاعات المنشآت السياحية في منطقة البحر الميت حيث يعاني البحر الميت من مشكلة كبيرة وهي انخفاض بمنسوب المياه بشكل هائل وملحوظ، فإن عدم إكتمال المشروع سوف يهدد البحر الميت بالجفاف، مما سيؤثر على الحركة السياحية في المنطقة، فلا بد من طرح أراء بطريقة أو باخرى من أجل انقاذ البحر الميت والمحافظة على ديمومته (النواصرة، 2009)

إن فكرة انشاء القناة التي تربط بين البحر الميت والبحر الأحمر تعود جذورها الى القرن السادس عشر، وذلك عندما تم ظهور أول خرائط شق قناة تربط بين البحر الأحمر والبحر الميت، وذكرت هذه الفكرة أيضا من قبل الزعيم الصهيوني ثيودور هرتزل عندما أشار اليها عام ١٩٠٢ في كتابه الأرض الجديدة القديمة، وقد ذكر في كتابه أن عام ١٩٢٣ الموعد الذي سيتم فيه تنفيذ المشروع ولكن هناك من الاسباب لعدم تنفيذ تلك القناة، فقد تم طرح هذا المشروع مرات عديدة في الأعوام ١٩٥٩، ١٩٧٧،١٩٧٤(عابد، 1985).

وفي عام ٢٠٠٢ طرح المشروع في مؤتمر قمة الأرض الذي أقيم في جوهانسبرغ حيث أبدى الجانب المصري تحفظه خشية أن يتحول المشروع إلى قناة منافسة لقناة السويس، وأيضاً لأسباب سياسية تمر بها منطقة الشرق الأوسط لم يكن هناك أي قرار حول القناة والذي طرح المشروع في مؤتمر المياه في اليابان عام 2003 ورغم كل المؤتمرات والدراسات التي عقدت لأجل المشروع الا أن القناة لم تكتمل الى يومنا هذا (النواصرة، 2009).

1.8.2.2 عناصر إكتمال مشروع ناقل مياه البحرين

يتوقع إذا نفذ واكتمل مشروع ناقل مياه البحر الأحمر- البحر الميت والذي يتضمن نقل ما يقارب 2000 مليون متر مكعب من مياه البحر الأحمر الى مياه البحر الميت سنويا بمساحة تبلغ حوالي 180كم^2 إلى ما يلي :-

١- نقل المياه – إذ يؤدي الى استقرار مستوى مياه البحر الميت من خلال تدفق ما يقارب 200،1 مليون متر مكعب سنويا من المياه المالحة، التي تنتج من عملية تحلية مياه البحر .
٢- تحلية المياه – العمل على توفير ما يقارب 850 مليون متر مكعب من المياه الصالحه للشرب سنويا .
٣- توليد الطاقة – تقوم الطاقة المائية بتوليد الكهرباء وذلك للتقليل من كلفة التشغيل(ألن، ملكاوي، تسور، 2012) .

2.8.2.2 المؤيدون لفكرة مشروع قناة البحرين :

يعتقد المؤيدون لفكرة قناة البحرين أن لها فوائد كثيرة منها :

١- المحافظة على البحر الميت كمعلم تاريخي وأثري .
٢- المحافظة على المنشآت السياحية في منطقة البحر الميت .
٣- القيام بإنتاج طاقة بديلة عن المحروقات وهي الطاقة الكهربائية .
٤- الإستفادة من تحلية مياه البحر الأحمر .
٥- إنشاء المشاريع السياحية المستقبلية حيث ستصبح منطقة وادي عربة جاذبة للسكان والمستثمرين .
٦- إنشاء وحدات سكنية في منطقة وادي عربة .
٧- المحافظة على الشركات التعدينية كشركة البوتاس العربية ومصنع البرومين ومجموعة الشركات المساهمة الأخرى في المنطقة .

3.8.2.2 المعارضون لفكرة مشروع قناة البحرين :

يعتقد المعارضون لفكرة مشروع قناة البحرين أن لها مخاطر بيئية واقتصادية وسياحية كبيرة وذلك :

١- تعمل على تغيير في نسبة تركيز الأملاح المعدنية في منتجات البحر الميت من طين وأملاح .

٢- حدوث تغيير في التركيب الكيميائي لطبقات مياه البحر الميت وذلك نتيجة تدفق مياه البحر الأحمر الأقل ملوحة في البحر الميت.

٣- كارثة ستحدث في الحوض الجنوبي الجاف تماما نتيجة غمر جميع السدود (الملاحات) التي أقامتها شركة البوتاس العربية .

٤- التكلفة العالية لإنشاء مشروع قناة البحرين .

9.2.2 طرق الوصول إلى منطقة البحر الميت :

توجد هنالك عدة طرق توصل السائح أو الزائر إلى منطقة البحر الميت وهي :

١- الطريق القادم من مدينة العقبة بإتجاه غور الصافي عبر وادي عربه فيمكن للسائح الوصول إلى شاطيء البحر الميت عن طريق وادي عربة .

٢- الطريق القادم من العاصمة عمان الى البحر الميت، فهنالك عدة طرق للوصول منها بواسطة طريق عمان – السلط – العارضة – البحر الميت. أو عن طريق عمان – السلط – وادي شعيب – فالبحر الميت. أو عن طريق عمان – ناعور – العدسيه – البحر الميت .

٣- الطريق القادم من محافظة اربد، يمكن الوصول إلى منطقة البحر الميت عن طريق الشونة الشمالية – فالشونة الجنوبية – البحر الميت. أو عن طريق اربد – عجلون – الأغوار – فالبحر الميت (المومني، 2011) .

٣,٢ نبذة عن تطور القطاع السياحي في الأردن :

بدأ اهتمام الدولة بالسياحة منذ عام 1924م عندما أنشئت مديرية الأثار العامة عام 1923 للمحافظة على الأثار في الأردن، وفي عام 1953م تم إنشاء دائرة السياحة في القدس للتنظيم والإشراف على صناعة السياحة في الأردن، وبسبب توسع أعمالها تم نقلها إلى عمان مع بقاء فرع القدس تابعا لها، ومن بعد ذلك أنشئت وزارة السياحة كوزارة مستقلة عام 1967م، بعد ان كانت تسمى سلطة السياحة منذ عام 1960م، وبسبب تراجع الحركة السياحية في الأردن أثر حرب حزيران 1967م، ثم بدأ العمل في أوائل السبعينيات على تطوير المواقع السياحية

وتوفير الخدمات السياحية في الضفة الشرقية من الأردن للمحافظة والإبقاء على العلاقات مع الأسواق المصدرة للسياحة (ذيب، 1990) .

صدر قانون السياحة رقم 10 لسنة 1968م الذي ينظم في أحكامه المهن السياحية، وفي عام 1974م تم استحداث دائرة التسويق السياحي التي من مهامها مراقبة الأسواق السياحية في الخارج ودراسة إمكانية الاستفادة من الحركة المتولدة في تلك الأسواق (ذيب، 1990) .

نظرا للتطور الذي شهده القطاع السياحي في الأردن فقد تم إصدار قانون السياحة رقم (20) لسنة 1988م، الذي حدد أهداف الوزارة بتشجيع السياحة وتطويرها وتنمية الموارد السياحية واستثمارها لزيادة مساهمتها في الاقتصاد الوطني وزيادة التفاهم والتواصل بين الشعوب وذلك من خلال المحافظة على المواقع السياحية وتطويرها وترخيص المهن السياحية وتصنيفها وتسهيل المعاملات المتعلقة بالسياح وبالتعاون مع الجهات المختصة ووضع البرامج الشاملة المتكاملة لتسويق الأردن سياحيا، إضافة إلى تشجيع السياحة الداخلية والاستثمار السياحي، وتوفير الكوادر المدربة والإمكانيات الفنية اللازمة للمهن السياحية وإعداد الدراسات والأبحاث المتعلقة بتطوير المهن السياحية وتنميتها (المملكة الاردنية الهاشمية، "قانون السياحة رقم 20 لسنة 1988م"، المادة 3) .

كان النشاط السياحي في أوائل السبعينيات من القرن الماضي ضعيفا، إلا أن الوضع تغير في النصف الثاني من عقد السبعينيات حيث اهتمت الحكومة بشكل كبير في السياحة، وبدا ذلك واضحا في خطط التنمية الموضوعة بهدف تطوير المواقع السياحية والمحافظة على المقومات السياحية في الأردن وتوفير الخدمات السياحية المختلفة وتدريب الأيدي العاملة المحلية في مجال العمل السياحي والفندقي. كما أولت الحكومة الاهتمام بالسياحة الداخلية أيضا، لما لها من دور في إنعاش الدورة الاقتصادية ومنع تسرب العملات الأجنبية إلى الخارج، وإعادة توزيع الثروة الوطنية لتشغيل المرافق السياحية المختلفة على مدار السنة .

1.3.2 نبذة عن وزارة السياحة والآثار الأردنية :

- الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام 2011-2015 :

وضعت وزارة السياحة إستراتيجية للأعوام 2011-2015 تقوم على بناء الأساس المتين الذي تم وضعه في عام 2004 بهدف رسم طريق واضح لضمان النمو المستقبلي في قطاع السياحة وذلك عن طريق تقديم التوجية الضروري للجهات المعنية في هذا القطاع .

وسوف تعمل هذه الإستراتيجية على التوجية والتطوير والتنفيذ وذلك من خلال رؤيتها ورسالتها وإستنادا إلى الرؤية والرسالة المنصوص عليها في الإستراتيجيات الوطنية الأولى للسياحة من أجل إيلاء الإهتمام للمتطلبات لتطوير القطاع السياحي ليكون أكثر تميزاً وتنافساً وانفراداً .

تستند الإستراتيجية الوطنية للسياحة للأعوام 2011-2015 على إطار العمل المكون من أربع ركائز الذي أثبت نجاحًا كبيرًا في تنفيذ الإستراتيجية الأولى، إلا أنه قد تم تعديل هذه الركائز وأهداف الإستراتيجية ذات العلاقة بشكل طفيف، وذلك لتقديم التنافسية الأولوية في كافة الانشطة .

أ- مهام وزارة السياحة الأردنية :

تتمحور مهام الوزارة حول تحقيق عدد من الأهداف الاستراتيجية للوزارة التي تتلخص بما يلي :

١)الهدف الأول :

قيادة التنمية السياحية بالشراكة مع القطاع الخاص لزيادة العائد الاقتصادي والاجتماعي المتأتي من السياحة من خلال توظيف إرث المملكة الأثري والطبيعي والثقافي الغني والمتنوع بطريقة مستدامة تثري تجربة الزائر وحياة الأردنيين .

٢)الهدف الثاني :

ضمان كفاءة الاطار المؤسسي وتطوير امكانياته لتلبية متطلبات قطاع سياحي حديث وفاعل على مستوى عالمي .

٣)الهدف الثالث :

دعم وتوجيه جهود ترويج السياحة الأردنية محليا وعالميا .

٤)الهدف الرابع :

الهدف الاستراتيجي حماية الزوار من خلال ضمان جودة الخدمات والمنتجات السياحية .

٥)الهدف الخامس :

تطوير المنتجات والخدمات السياحية وتحفيز الاستثمار وسوق العمل .

٦)الهدف السادس :

تعزيز السياحة المستدامة والحفاظ على البيئة وتنمية المجتمعات المحلية .

ب- رؤية الوزارة :

١- الرؤية الإستراتيجية للأعوام 2011-2015

وزارة متميزة ذات دور ريادي في قيادة ودعم وتنمية السياحة المستدامة لتعزيز دورها في الاقتصاد الوطني والمجتمع الأردني، وسوف تصبح الأردن وجهة سياحية مميزة حيث توفر تجارب متنوعة للزوار على مدار العام والتي من شأنها إثراء حياة الشعب الأردني وضيوفه.

٢- الرسالة الإستراتيجية للأعوام 2011-2015

قيادة التنمية السياحية بالشراكة مع القطاع الخاص لتعظيم العائد الاقتصادي والاجتماعي المتأتي من السياحة من خلال توظيف إرث المملكة الأثري والطبيعي والثقافي الغني والمتنوع بطريقة مستدامة تثري تجربة الزائر وحياة الأردنيين .

وتنص الرسالة الإستراتيجية على تخطيط وتنفيذ التغييرات والإجراءات اللازمة لتحقيق ما يلي:

أ- العمل على رفع التنافسية الكلية لقطاع السياحة الأردني .

ب- إثراء تجربة الزائر من خلال الإبتكار في تطوير وتحسين المنتج السياحي .

ج- تحسين وترسيخ صورة الأردن والترويج له بشكل أفضل من خلال الأسواق العالمية وذلك من أجل جذب عدد أكبر من الزوار الأكثر إنفاقًا طيلة العام.

د- ابتكار بيئة تشغيلية وتنظيمية تقوم على تحسين أداء قطاع الأعمال السياحية وتفجير الطاقة الكامنة للقطاع الخاص بوصفه محركًا للنمو السياحي .

٣- مهمة وزارة السياحة والأثار الأردنية

مهمة الوزارة من خلال إلقاء الضوء على طبيعة وسحر الأردن، واعتبار الأردن كوجهة سياحية مميزة، وتقديرا لإسهامات السياحة في الدخل القومي من خلال رفد السوق بالعملات الأجنبية، وإيمانا بالدور الهام للقطاع الخاص في الإستثمار والتنمية، فإن الوزارة ستعمل على تطوير السياحة من خلال توجه شامل ومتكامل يعبر عن تراث الأمة وثقافتها وتاريخها وميراثها والحضارات المتعاقبة والإزدهار الإقتصادي علاوة على تعزيز القيم الإنسانية النبيلة المستمدة إلى الإسلام والإحترام المتبادل بين الشعوب.

2.3.2 التنمية السياحية في الأردن :

حظي القطاع السياحي بإهتمام رسمي من قبل الحكومات الأردنية المتعاقبة عندما بدأت السياحة تأخذ دورها في التنمية الاقتصادية ويظهر ذلك من خلال استعراض خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية كما هو مبين أدناه .

أ- **التنمية السياحية في الأردن قبل عام 1973م.** عملت الحكومة الأردنية على الاهتمام بقطاع السياحة فأنشأت التجهيزات الأساسية والخدمات المساندة ونفذت برامج ترويجية استهدفت تعريف الأجانب بمقومات الأردن السياحية واجتذابهم لزيارتها، ونتيجة لذلك ازداد عدد السياح القادمين إلى الأردن من (387) ألفا في عام 1964م إلى (617) ألفا في العام 1966م وارتفع الدخل السياحي من (8) مليون دينار إلى (11.3) مليونا. وبسبب حرب حزيران عام 1967 تراجع النشاط السياحي في الأردن بشكل كبير أنعكس بانخفاض عدد السياح إلى (257) ألفا وبلغ الدخل السياحي (3.1) مليون دينار(المجلس القومي للتخطيط، 1973).

ب- **التنمية السياحية للفترة (1973-1975).** خلال هذه الفترة حدث توسع ملحوظ في النشاط السياحي أدى إلى زيادة عدد السياح من (292) ألفاً في العام 1972م إلى (800) ألفاً في العام 1976 وازداد الدخل السياحي من (8.3) مليون دينار إلى (21) مليونا وفاقت الاستثمارات السياحية (6) ملايين دينار خلال تلك الفترة (المجلس القومي للتخطيط، 1976) .

ج- **التنمية السياحية للفترة (1975-1980)**. شهد قطاع السياحة خلال هذه الفتره زيادة في الدخل السياحي من (35.7) مليون ديناراً عام 1975م إلى (14) مليوناً في العام 1980 وازداد عدد السياح من (700) ألف سائح إلى (1.5) مليونا ومن أهم العوامل التي ساهمت في زيادة الدخل السياحي التوسع في الترويج والتسويق وفتح أسواق سياحية جديدة، وقد أنشأت الحكومة مركزاً للتدريب الفندقي في عام 1976م والمدرسة الفندقية عام 1980م، وبلغت قيمة الاستثمارات السياحية في القطاعين العام والخاص حوالي (33.5) مليون دينار (المجلس القومي للتخطيط، 1981) .

ح-**التنمية السياحية للفترة (1981-1985)**. خلال هذه الفترة تم إنشاء (22) مشروعا سياحيا صغيرا في مختلف مناطق المملكة وتمت صيانة كافة المواقع السياحية القائمة بكلفة (2،461) ألف دينار، وأزداد عدد زائري منتزهات الأغوار والبحر الميت والحمّة والعقبة إلى (75) ألف شخص أيام الجمع والعطل الرسمية، (40) ألفا أيام الأحاد وذلك في عام 1984م، وبلغت نسبة إنفاق السائح على مشتريات التحف والهدايا إلى (75%) من مجموع إنفاقه وبلغ مجموع الدخل السياحي في عام 1985م حوالي (183) مليون دينار (المجلس القومي للتخطيط، 1986) .

خ-**التنمية السياحية للفترة (1986-1990)**. هدفت هذه الخطة إلى زيادة الدخل من قطاع السياحة من (183) مليون دينار عام 1985م إلى (232) مليون دينار في عام 1990م(وزارة التخطيط، 1986)، وقد بلغت مساهمة الإنتاج السياحي والقيم المضافة لقطاع السياحة في الناتج المحلي الإجمالي حوالي 14%)،(3 وخلال الخطة ازداد الدخل السياحي من 186)،(3 مليون دينار إلى 339)،(8 مليونا في عام (1990(البنك المركزي الأردني، 1994) .

د- **التنمية السياحية للفترة (1991-1997)**. بلغ مجموع الدخل السياحي في عام 1991م حوالي (2216) مليون دينار وبلغت الصادرات السياحية فيه 2075)،(7 مليون دينار، منها 1337) ،(3مليون صادرات خدمية(دائرة الإحصاءات العامة، 1994)، وهدفت الخطة الاقتصادية والاجتماعية إلى

تمليك الأراضي الحكومية لإقامة المشاريع السياحية وتم تحويل الكلية الفندقية من إشراف وزارة التربية والتعليم إلى إشراف وزارة السياحة وتم تحديث الشركات السياحية وزيادة الوعي السياحي خلال حملات وبرامج وإصدار النشرات والخرائط وإنشاء المتاحف(وزارة التخطيط، 1993)، وخلال العامي الأول والثاني من الخطة ازداد الدخل السياحي في الأردن من 39)،(2 مليون دينار في عام 1993م إلى 406)،(4 مليونا في عام 1994م(البنك المركزي الأردني، 1994)، كما ارتفعت العمالة السياحية من (7597) عاملا إلى (8172) عاملا وفي عام 1995م بلغ عدد العاملين في القطاع السياحي (8192) وأصبح عدد فنادق المملكة (274) فندقا وبلغت نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي حوالي 12%)،(7 (البنك المركزي الأردني، 1995)، كما ارتفع الاستثمار في القطاع السياحي إلى 1)،(267 مليون دينار موزعة على مؤسسات الإيواء الفندقي وشركات النقل السياحي والسيارات السياحية وشركات النقل الجوي.

يمكن الاستدلال على حيوية القطاع السياحي من خلال مؤشرات ازدياد أعداد السياح القادمين إلى الأردن والذي بلغ 4)،(677 مليون سائح لعام 2002م ليصل إلى 6)،(574 مليون سائح في عام 2006م وبلغ عدد السياح القادمين خلال الفترة كانون ثاني –أيلول من عام 2008م ما مجموعة (5.391.461) زائراً مقابل ما مجموعة (5.199.612) زائراً لنفس الفترة من عام 2007م، كما ارتفع الدخل السياحي من (743.2) مليون ديناراً في عام 2002م ليصل إلى 1)،(1640100 مليون دينار في عام 2006م، وقد ازداد الدخل السياحي لعام 2007م ليصل إلى (1292) مليون دينار خلال الفترة كانون الثاني – أيلول وقد ارتفع الدخل السياحي لنفس الفترة من عام 2008م حيث وصل إلى (1577) مليون دينار وبنسبة نمو بلغت (22%)، وازداد عدد الفنادق المصنفة وغير المصنفة من (461) فندقا في عام 2002م إلى (478) فندقا في عام 2007م، وفي عام 2008م تم منح (5) رخص لفنادق جديدة، كما ارتفع حجم العمالة المباشرة في قطاع السياحة من 29)،(384 ألف ليصل إلى 32)،(228 ألف في عام 2007م وفي عام 2008م بلغ

معدل النمو في سوق العمل السياحي (15%) ليصل العدد إلى (39.624) ألف عاملٍ، حيث شكلت العمالة الأردنية ما نسبتة (82%) من الحجم الكلي (المملكة الأردنية الهاشمية، وزارة السياحة والأثار، النشرة الإحصائية، كانون ثاني –ايلول 2008).

تعكس الارقام السابقة حجم التطور الذي شهده القطاع السياحي وحجم العمالة في هذا القطاع نتيجة تزايد الاهتمام الرسمي المبكر بالدور الحيوي للقطاع السياحي في دعم الاقتصاد الوطني بكافة قطاعاته من خلال حل مشاكل البطالة وتوفير العملة الصعبة وتحفيز القطاعات الاقتصادية الأخرى لتوفير البنية التحتية لهذا القطاع وقد تبنت وزارة السياحة الخطط والإستراتيجيات التي تمكن السياحة من النهوض واستغلال الإمكانيات المتوفرة .

الفصل الثالث

المنهجية والتصميم

١,٣ منهجية الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى مجال الدراسات الوصفية التي تعتمد على استخدام منهج المسح الاجتماعي الذي يستهدف الحصول على معلوماتٍ كاملةٍ ودقيقةٍ عن واقع التنمية السياحية في منطقة البحر الميت، لذا فقد اعتمدت الدراسة على منهج البحث الوصفي التحليلي لوضعه منهجا يجمع البيانات والمعلومات ويصف الظاهرة المدروسة ويحللها إضافة إلى البيانات التي تم استخلاصها من المصادر الثانوية. وقد تم تنظيم الدراسة بشكل منهجي ضمن أجزاء محددة بالشكل التالي:

١. الجزء الأول ويتناول الوضع السياحي الراهن لمنطقة البحر الميت من حيث تحليل الموارد السياحية المتوفرة في المنطقة، وذلك بهدف تحديد الإمكانيات المتاحة التي يمكن استغلالها، بالإضافة إلى التعرض لأهم القضايا التي تتميز بها المنشآت السياحية في المنطقة، التي يمكن أن تؤثر على توجيه خطط واستراتيجيات التنمية السياحية.
٢. الجزء الثاني ويبحث في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت من خلال مراجعة الإحصائيات، والمؤشرات السياحية وكذلك الدراسات السابقة ذات الصلة بالتنمية السياحية في منطقة البحر الميت.
٣. الجزء الأخير ويتناول بالبحث والتحليل آراء العاملين في المنشآت الفندقية في منطقة البحر الميت، تجاه قضايا التنمية السياحية من حيث التعرف على دور الجهات السياحية الرسمية في التنمية السياحية، ودور المنشآت الفندقية في التنمية السياحية، ومعرفة المعوقات التي تواجه التنمية السياحية في منطقة البحر الميت من خلال البيانات التي تم الحصول عليها من العينة الدراسية.

٢,٣ مصادر المعلومات والبيانات:

المصادر الأولية: اعتمدت الدراسة على المسح الميداني من خلال أداة الدراسة (الاستبيان).

المصادر الثانوية، وتعتمد على:

١. المعلومات والبيانات التي تم الحصول عليها من المؤسسات العامة والخاصة: وزارة السياحة، دائرة الإحصاءات العامة.
٢. الخرائط الطبوغرافية مقياس رسم ١: ١٠٠/٠٠٠ لمنطقة الدراسة.
٣. الصور فضائية من برنامج Google Earth Pro لمنطقة الدراسة.برامح نظم المعلومات الجغرافية GIS لرسم الخرائط والأشكال التوضيحية.

٣,٣ مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين في المنشآت الفندقية الواقعة في منطقة البحر الميت، وتشمل العاملين في الأعمال الإدارية والمالية ويبلغ عدد الفنادق المصنفة في منطقة الدراسة ٧ فنادق، تحتوي على ٢٠٥٠ غرفة و ٥٦٧٠ سرير، يعمل بها نحو ٢٤٣٨ موظف.

وتكونت عينة الدراسة من ٣٤٥ موظفاً، تمثل حوالي ١٠% من مجموع العاملين في المنشآت الفندقية الواقعة في منطقة البحر الميت، أخذت بأسلوب العينة العشوائية الحصصية "الطبقية" ومن خلال سجلات العاملين في المنشآت الفندقية.

وقد تم توزيع ٣٦٠ استبيان، استرجع منها ٣٥٠ استبيان، وتم استبعاد ٥ استبيانات لعدم صلاحيتها للتحليل الإحصائي، ليصبح عدد الاستبيانات الصالحة للتحليل ٣٤٥ استبياناً.

4.3 خصائص عينة الدراسة

١- التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب الجنس

جدول (١)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية %
ذكر	٢٩٣	٨٤,٩
أنثى	٥٢	١٥,١
المجموع	٣٤٥	١٠٠,٠

يظهر من الجدول (١) أن أفراد عينة الدراسة من الذكور قد شكلوا ما نسبته ٨٤,٩% من حجم العينة، بينما شكلت الإناث ما نسبته ١٥,١ %، وذلك لأن نسبة العاملين من فئة الذكور أكثر من فئة الإناث في هذه المنشأت .

٢- التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب العمر

جدول (٢)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر.

فئات متغير العمر (بالسنوات)	التكرار	النسبة المئوية %
٢٠-٢٩	١١٤	٣٣,٠
٣٠-٣٩	١٣٢	٣٨,٣
٤٠-٤٩	٨٧	٢٥,٢
٥٠ فأكثر	١٢	٣,٥
المجموع	٣٤٥	١٠٠

يتضح من الجدول (٢) أن أكثر الفئات العمرية تكرارا كانت الفئة (٣٠-٣٩) سنة بنسبة ٣٨,٣ %، تلاها الفئة العمرية (٢٠-٢٩) سنة بنسبة ٣٣,٠ %، ثم الفئة العمرية من ٤٠-٤٩ سنة بنسبة ٢٥,٢%، وأخيراً الفئة العمرية أكثر من ٥٠ سنة بنسبة ٣,٥% .

٣- التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب الخبرة العملية

جدول (٣)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة العملية

فئات متغير الخبرة (بالسنوات)	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من ٥	١٥٣	٤٤,٣
٥-١٠	٨٧	٢٥,٢
١٠-١٥	١٠٥	٣٠,٤
المجموع	٣٤٥	١٠٠,٠

يتضح من الجدول (٣) أن الخبرة العملية ١١-١٥ سنة كانت أكثر تكرارا وبنسبة ٣٧,٥ %، تلاها الفئة العمرية أكثر من ١٥ سنة بنسبة ٢٤,٠%، ثم الفئة

العمرية من ٥-١٠ سنة بنسبة ٢٣,٠%، وأخيراً الفئة العمرية أقل من ٥ سنوات بنسبة ١٥,٥%.

٤- التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

جدول (٤)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية %
ثانوي فأقل	١٨	٥,٢
دبلوم	١٣٧	٣٩,٧
بكالوريوس	١٣١	٣٨,٠
دراسات عليا	٥٩	١٧,١
المجموع	٣٤٥	١٠٠,٠

يتضح من الجدول (٤) أن أفراد عينة الدراسة من حملة الثانوية العامة ٥,٢ %، ومن حملة الدبلوم شكل ٣٩,٧ %، بينما شكل حملة درجة البكالوريوس ما نسبة ٣٨,٠ %، وأخير حملة الدراسات العليا بنسبة ١٧,١%.

٥- التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب الدخل الشهري

جدول (٥)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الدخل الشهري

الدخل "دينار أردني"	التكرار	النسبة المئوية %
أقل من ٣٠٠	70	20.3
٣٠٠-٦٠٠	158	45.9
٦٠١-١٠٠٠	70	20.4
أكثر من ١٠٠٠	46	13.4
المجموع	345	100

يتضح من الجدول (٥) أن أفراد عينة الدراسة من أصحاب الدخل الأقل من ٣٠٠ دينار أردني قد شكلوا نسبة ٢٠,٣%، بينما شكل أصحاب الدخل ما بين ٣٠٠-٦٠٠ دينار أردني بنسة ٤٥,٩%، وأصحاب الدخل من ٦٠١-١٠٠٠ دينار أردني بنسبة ٢٠,٤%، وأخيرا أصحاب الدخل الأكثر من ١٠٠٠ دينار أردني شكلوا نسبة ١٣,٤% .

٦- التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب العمل

جدول (٦)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمل

طبيعة العمل	التكرار	النسبة المئوية %
مدير	32	9.28
رئيس قسم	57	16.52
موظف	256	74.20
المجموع	345	100

يتضح من الجدول (٦) أن أفراد عينة الدراسة من المديرين قد شكلوا ما بنسبة ٩,٢٨ %، بينما شكل رؤساء الأقسام ما نسبته ١٦,٥٢ %، والموظفين بنسبة ٧٤,٢٠%.

٧- التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب حضور الدورات التدريبية

جدول (٧)

توزيع أفراد عينة الدراسة حسب حضور الدورات التدريبية

عدد حضور الدورات	التكرار	النسبة المئوية %
نعم	240	69.57
لا	105	30.43
المجموع	345	100

يظهر الجدول (٧) أن نحو ٦٩,٥٧% من أفراد عينة الدراسة حضروا دورات تدريبية، مقابل ٣٠,٤٣ % ممن لم يحضروا دورات تدريبية في العمل السياحي.

٥,٣ أداة الدراسة:

تم تصميم أداة جمع البيانات "الاستبانة" وفقاً للبيئة السياحية في منطقة البحر الميت، وانسجاماً مع أهداف الدراسة ولغاية جمع البيانات والإجابة عن أسئلة الدراسة، وقد تكونت أداة الدراسة من الأجزاء التالية:

الجزء الأول: ويشمل المعلومات المتعلقة بالفنادق، وتضمنت: (أسم الفندق، سنة التأسيس، عدد العاملين في الفندق).

الجزء الثاني: ويشمل البيانات النوعية لأفراد عينة الدراسة، وتشمل (الجنس، مكان السكن، العمر، المستوى التعليمي، الدخل الشهري، عدد سنوات الخبرة، طبيعة العمل، مدى الحصول على الدورات التدريبية في العمل السياحي).

الجزء الثالث: ويتناول هذا الجزء آراء العينة الدراسية حول تقييم عمل الفنادق وتضمنت عدد من القضايا، وهي: (تقييم ألأسعار الفندقية، تقييم جودة الخدمات الفندقية المقدمة للزوار).

الجزء الرابع: ويتناول هذا الجزء آراء العينة الدراسية حول بعض قضايا التنمية السياحية في منطقة البحر الميت وتضمن هذا الجزء ما يلي:

١. أنماط التنمية السياحية المناسبة في منطقة البحر الميت.
٢. الوسائل التي تسهم في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت.
٣. المشاكل المترتبة على زيادة النشاط السياحي في منطقة البحر الميت.

الجزء الخامس: ويتكون من (٢٢) فقرة تقيس دور استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

الجزء السادس: ويتكون من (١٥) فقرة تقيس دور استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

الجزء السابع: ويتكون من (١٥) فقرة تقيس المعوقات التي تواجه التنمية السياحية في منطقة البحر الميت من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة.

وقد تم تدريج مقاييس الدراسة للجزء الخامس، والسادس، والسابع، حسب معيار ليكرت الخماسي إلى (١-لا أوافق بشده، ٢-لا أوافق، ٣-محايد، ٤- أوافق، ٥-أوافق بشدة)، كما تم الاعتماد على مقياس الوسط الحسابي المرجح ليعطي تصوراً أقرب وأوضح لأهمية فقرات محاور الدراسة، مع العلم أنه تم معالجة جميع الفقرات لجميع العناصر لتتناسق مع تدرج واحد، حيث تم إتباع الطرق التالية لتحديد مستوى الاستجابات.

١. لا أوافق بشدة = ١

٢. لا أوافق = ٢

٣. محايد = ٣

٤. أوافق = ٤

٥. أوافق بشدة = ٥

ولحساب طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) تم الاعتماد على المعادلة التالية

أ- تم حساب المدى (٤ = ١ - ٥).

ب- تقسيم المدى على عدد فئات المقياس للحصول على طول الخلية الصحيح أي: (٠,٨ = ٤ ÷ ٥).

ج- إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (أو بداية المقياس وهي الواحد الصحيح) وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية.

واستخدم طول الخلايا في تفسير المتوسطات المحسوبة والمتوسطات المتوقعة، وبالشكل التالي:

١- متوسط حسابي يتراوح بين (١ إلى ١,٨) يشير إلى غير موافق بشدة.

٢- متوسط يتراوح بين (أكثر من ١,٨ إلى ٢,٦) يشير إلى عدم الموافقة

٣- متوسط يتراوح بين (أكثر من ٢,٦ إلى ٣,٤) يشير إلى محايد.

٤- متوسط يتراوح بين (أكثر من ٣,٤ إلى ٤,٢) يشير إلى الموافقة.

٥- متوسط يتراوح بين (أكثر من ٤,٢) يشير إلى الموافقة بشدة.

مع الأخذ بعين الاعتبار أن قيم المتوسطات الحسابية التي وصلت إليها الدراسة سيتم التعامل معها لتفسير البيانات على النحو التالي:

مرتفع	متوسط	منخفض
(٣,٥ فما فوق)	**(٢,٥-٣,٤٩)**	**(٢,٤٩ فأقل)**

وبناء على ذلك فإذا كانت قيمة المتوسط الحسابي للفقرات اكبر من (٣,٥) فيكون مستوى التصورات مرتفعاً، وهذا يعني موافقة أفراد العينة على الفقرات، أما

إذا كانت قيمة المتوسط الحسابي (٢,٥-٣,٤٩) فان مستوى التصورات متوسطا، وإذا كان المتوسط الحسابي أقل من (٢,٤٩) فيكون مستوى التصورات منخفضا.

٦,٣ اختبارات الصدق والثبات

صدق أداة الدراسة:

أ- صدق المحكمين (Trustees Validity)

عرضت الصورة الأولية لأداة الدراسة على محكمين من الأساتذة بكلية العلوم الاجتماعية وكلية الإدارة بجامعة مؤتة، وطلب منهم تحديد مدى وضوح وملاءمة فقرات المقياس لتحقيق أهداف الدراسة، إضافة إلى إبداء ملاحظاتهم وإجراء ما يرونه مناسبا من تعديلات على فقرات الاستبيان، وقد استفاد الباحث من آراء المحكمين، حيث قام بإضافة وحذف وتعديل بعض الفقرات حسب الملاحظات التي وردت في التحكيم.

ب- صدق البناء (الاتساق الداخلي)

بعد التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة، تم التحقق من سلامة أداة الدراسة وصدقها البنائي، حيث تم تطبيق الاستبانة على عينة استطلاعية من مجتمع الدراسة تكونت من ٣٠ موظفاً، طلب منهم الإجابة على فقرات الاستبانة، وبعد استعادتها تم التحقق من صدق البناء وذلك بحساب معامل الارتباط Pearson بين الفقرات في كل محور والدرجة الكلية للمحور .

جـــــدول (٨)

معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات المقياس والدرجة الكلية له

استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية			استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية			المعوقات التي تواجه التنمية السياحية في منطقة البحر الميت		
رقم الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة	رقم الفقرة	معامل الارتباط	مستوى لدلالة	رقم الفقرة	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
١	٠,٤٣٢	٠,٠١	١	٠,٣٢٠	٠,٠١	١	٠,٤٣٢	٠,٠١
٢	٠,٢٨١	٠,٠١	٢	٠,٣٥٠	٠,٠١	٢	٠,٢٨١	٠,٠١
٣	٠,٤٣	٠,٠٥	٣	٠,٣١٢	٠,٠١	٣	٠,٤٩	٠,٠٥
٤	٠,٢١٠	٠,٠١	٤	٠,٣٥٦	٠,٠١	٤	٠,٢١٠	٠,٠١
٥	٠,٢٠٩	٠,٠١	٥	٠,٤٠٥	٠,٠١	٥	٠,٢٠٩	٠,٠١
٦	٠,٥٥٤	٠,٠١	٦	٠,٤٢١	٠,٠١	٦	٠,٦٦١	٠,٠١
٧	٠,٣٧٠	٠,٠١	٧	٠,٤٣٨	٠,٠١	٧	٠,٤٧٠	٠,٠١
٨	٠,٣٥٩	٠,٠١	٨	٠,٤٥١	٠,٠١	٨	٠,٣٥٩	٠,٠١
٩	٠,٣٧٩	٠,٠١	٩	٠,٤٨٥	٠,٠١	٩	٠,٣٧٩	٠,٠١
١٠	٠,١٩٣	٠,٠١	١٠	٠,٤١٤	٠,٠١	١٠	٠,٤٩٣	٠,٠١
١١	٠,٣٢٩	٠,٠١	١١	٠,٤٠٥	٠,٠١	١١	٠,٣٢٩	٠,٠١
١٢	٠,٣٨٤	٠,٠١	١٢	٠,٣٨٧	٠,٠١	١٢	٠,٣٨٤	٠,٠١
١٣	٠,٣٣٩	٠,٠١	١٣	٠,٥٦٥	٠,٠١	١٣	٠,٣٣٩	٠,٠١
١٤	٠,٣٣١	٠,٠١	١٤	٠,٢٧٧	٠,٠١	١٤	٠,٣٣١	٠,٠١
١٥	٠,٣٢١	٠,٠١	١٥	٠,٤١٥	٠,٠١	١٥	٠,٣٢١	٠,٠١
١٦	٠,٤٧٥	٠,٠١	-	-	-	-	-	-
١٧	٠,٣٣٤	٠,٠١						
١٨	٠,٥٠١	٠,٠١						
١٩	٠,٤٤٤	٠,٠١						
٢٠	٠,٤٩٠	٠,٠١						
٢١	٠,٣٨٦	٠,٠١						
٢٢	٠,٥٥١	٠,٠١						

**** ذات دالة إحصائية عند مستوى دلالة (٠,٠١).**

يتبين من النتائج الواردة في الجدول (٨) أن معاملات الارتباط بين درجات كل عبارة من عبارات محور الدراسة الأول مع الدرجة الكلية للمحور تتراوح من (٠,٥٥٤) إلى (٠,١٩٣)، وللمحور الثاني تتراوح من (٠,٥٦٥) إلى (٠,٢٧٧)،

وللمحور الثالث من (٠,٦٦١) إلى (٠,٢٠٩)، وهي معاملات ارتباط دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) وبهذا يتضح الاتساق الداخلي، مما يؤكد تحقق الصدق البنائي لأداة الدراسة.

٢- الثبات:

بعد التأكد من صدق المحكمين لأداة الدراسة والتصميم النهائي لها، تم حساب معامل ألفا كرونباخ للوقوف على درجة ثبات الأداة ولكل محور من محاورها، وكانت النتائج كما:

جدول (٩)

معامل الثبات (الفا كرنباخ) **للمحاور والدرجة الكلية للمقياس**

المحاور	**معامل الثبات**
استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت	٠,٨٧
استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت	٠,٨٤
معوقات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت	٠,٨٢
الكلي للمقياس	٠,٨٨

يتضح من الجدول (٩) تمتع المقياس بكافة محاوره بدرجة مرتفعة من الثبات، حيث انحصرت معاملات الثبات بين (٠,٨٧ – ٠,٨٢) وتعد هذه النسب مقبولة لغايات البحث العلمي في العلوم الإنسانية.

٧,٣ أساليب المعالجة الإحصائية:

للإجابة عن أسئلة الدراسة، تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي، وذلك باستخدام الرزمة الإحصائية(SPSS.V-16):

١. **مقاييس الإحصاء الوصفي** وذلك لوصف خصائص عينة الدراسة، اعتمادا على التكرارات والنسب المئوية، ومن اجل الإجابة عن أسئلة الدراسة باستخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

٢. استخدام تحليل التباين الأحادي (One way ANOVA) لتحديد معنوية الفروق بين المتوسطات، أما الجانب الإحصائي لإيجاد المقارنات البعدية فقد تم الاعتماد على اختبار شافيه.

٣. واستخدام اختبار ت (T-Test) للعينات المستقلة لتحديد معنوية الفروق بين المتوسطات.

الفصل الرابع

عرض النتائج ومناقشتها

يتضمن هذا الفصل النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يتعلق بالدور التنموي لإستراتيجيات القطاع العام والقطاع الخاص في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت، والمعوقات التي تواجه التنمية السياحية، ويتضمن أيضا الخصائص العامة لأفراد عينة الدراسة.

التمهيد

يمثل النشاط الفندقي العمود الفقري لصناعة السياحة، باعتباره من الأنشطة السياحية كثيفة العمالة التي تستوعب الكفاءات البشرية في مختلف مجالات العمل الفندقي، ويسهم النشاط الفندقي في التنمية السياحية من خلال العائد السياحي وبما توفره للسائح من خدمة أساسية تكمن في الاستقبال والإقامة وما توفره من الشعور بالراحة والرضا (الرؤوف، ٢٠٠٢).

ولا يحتاج الارتباط الجغرافي لمراكز الترويح بالشاطئ البحري إلى كثير من العناء لتفسيره، بل أن البحر يُعَد بالنسبة للناس أهم مرافق الترويح الطبيعية على الإطلاق. وهو بالإضافة لذلك أحد أهم عناصر السياحة الداخلية والخارجية. فهو لا يجذب فقط الأنشطة الترويحية المرتبطة به كالأنشطة المتعلقة بالسباحة، والألعاب المائية، والنزهات البحرية، بل من أجل الجلوس على الشاطئ للاستمتاع بنسيم البحر ومنظره الجميل. وهو أي البحر، عنصر جاذب لمرافق الترويح الأخرى كالفنادق والمنتجعات ومدن الملاهي والملاعب، كما يتضح ذلك جليا على شواطئ البحر الميت. وبالإضافة لذلك فإن شاطئ البحر الميت وخاصة في منطقة الفنادق التي تعد أهم مرافق الترويح التي يقضي فيها بعض السياح إجازة نهاية الأسبوع للترويح عن أنفسهم. غير أن ارتفاع أسعارها يجعلها حكرا على طبقة اجتماعية معينة، ومغلقة على باقي فئات المجتمع.

ومنطقة البحر الميت من المناطق السياحية الواعدة لما لديها من عناصر جذب سياحي، وبما تتمتع به من مقومات سياحية طبيعية أصبحت تتطلع إلى الأمام في مجال التنمية السياحية، والنشاط الفندقي هو أحد وسائلها وأنشطتها السياحية

الرئيسة، الذي يتميز بخصائص فريدة تجعله يختلف عن أي نوع أخر من الأنشطة التجارية والصناعية والخدمية.

وفيما يخص منطقة البحر الميت فيتميز النشاط الفندقي بما يلي:

١. موسمية النشاط: يتصف النشاط السياحي في منطقة البحر الميت بالموسمية لارتباطه بالظروف المناخية والطبيعية السائدة في المنطقة، مما أوجد بعض الآثار السلبية مثل: عدم الاستغلال الأمثل للموارد والتسهيلات الفندقية نتيجة لوجود فترات طويلة من السنة معطلة، وزيادة التكاليف الثابتة وغير الثابتة لانخفاض الإشغال الفندقي.
٢. العمالة: يعد العنصر البشري في النشاط الفندقي عاملا مهما بجانب العناصر المادية لتفضيل منطقة سياحية على أخرى، مما يتطلب الاهتمام باختيار العناصر البشرية الفنية والإدارية المؤهلة والمدربة تدريبا جيدا، بما يتناسب مع أهمية هذا النشاط، بالإضافة إلى تنمية مهاراتهم وخبراتهم بصفة مستمرة لرفع مستوى أدائهم في العمل الفندقي، والعمالة في النشاط الفندقي في منطقة البحر الميت معظمها من العمالة الوطنية المدربة، والتي استطاعت أن تثبت كفاءة عالية في العمل الفندقي.
٣. التوزيع الجغرافي: يتميز التوزيع الجغرافي للفنادق المصنفة على مستوى المنطقة بالتركز على الشواطئ القريبة من منطقة السويمة، حيث تتوفر مقومات البنية التحتية مثل الكهرباء والمياه والاتصالات والخدمات الحكومية المساندة ، بينما نجد أن هناك مناطق على شواطئ البحر الميت التي تتميز بوجود المقومات السياحية إلا أنها تفتقر إلى المنشآت الفندقية، كما هو الحال في الشواطئ القريبة من غور الحديثة والصافي (العمل الميداني، ٢٠١٤م).

وفيما يختص بمنطقة الدراسة فإنه بالنظر إلى الجدول (١٠) يوجد ٧ فنادق، تحتوي على ٢٠٥٠ غرفة و ٥٦٧٠ سريراً، يعمل بها نحو ٢٤٣٨ موظف.

جدول (١٠)

الفنادق العاملة في منطقة البحر الميت

الفندق	تاريخ الإنشاء	عدد العاملين	عدد الغرف	عدد الأسرة
فندق كراون بلازا	٢٠١٢	476	٥٠٠	١٥٠٠
فندق وادي الشتا	٢٠١١	186	١٢٠	٢٥٠
هوليداي إن البحر الميت	٢٠١٠	256	٢٠٠	٣٢٠
فندق كمبنسكي البحر الميت	٢٠٠٩	455	٤٠٠	١٢٠٠
فندق ماريوت البحر الميت	٢٠٠٥	409	٢٥٠	٧٥٠
فندق موفنبيك البحر الميت	٢٠٠٠	469	٤٠٠	١٣٠٠
فندق البحر الميت العلاجي	١٩٩٩	187	١٨٠	٣٥٠
المجموع	-	2438	2050	5670

المصدر: عمل الباحث بالاعتماد على العمل الميداني، ٢٠١٤.

نتائج الدراسة الميدانية:

أولاً: واقع العمل السياحي في منطقة البحر الميت من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة سيتم التعرف على واقع العمل السياحي من خلال الإجابة عن الأسئلة الفرعية التالية:

أ- ما الوسائل المقترحة لزيادة كفاءة العمل السياحي في منطقة البحر الميت

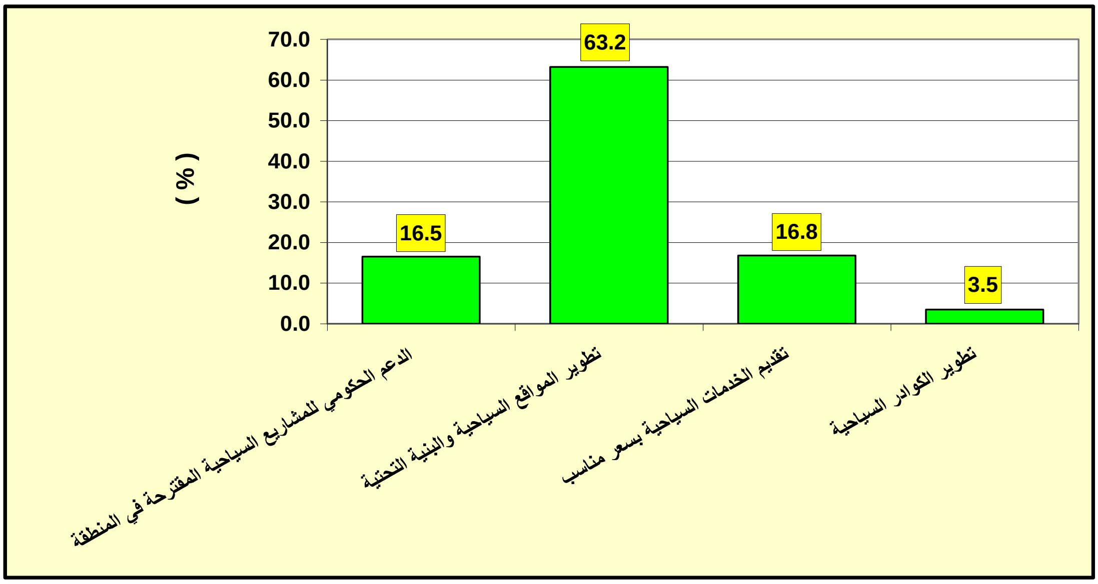
ومن أجل الإجابة عن السؤال تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة تجاه الوسائل المقترحة لزيادة كفاءة العمل السياحي في منطقة البحر الميت. جدول (١١)، شكل (٢)

الجدول (١١)

التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة اتجاه الوسائل المقترحة لزيادة كفاءة العمل السياحي

الوسائل المقترحة	التكرار	%
الدعم الحكومي للمشاريع السياحية المقترحة في المنطقة	57	16.5
تطوير المواقع السياحية والبنية التحتية	218	63.2
تقديم الخدمات السياحية بسعر مناسب	58	16.8
تطوير الكوادر السياحية	12	3.5
المجموع	345	100

تظهر النتائج في الجدول (١١) والشكل (٢) أن ٦٣,٢ % من أفراد عينة الدراسة يرون أن تطوير المواقع السياحية من أهم الوسائل المقترحة لزيادة كفاءة العمل السياحي في منطقة البحر الميت، وهذا يشير إلى أن المواقع السياحية في المنطقة بحاجة إلى زيادة الاهتمام الحكومي بها من خلال إقامة مشاريع تطوير الشواطئ وتنمية البنية التحتية لها، وفي المقابل تظهر نتائج الدراسة أن ١٦,٥ % من أفراد عينة الدراسة يعتقدون أن زيادة كفاءة العمل السياحي في منطقة البحر الميت تتم من خلال الدعم الحكومي للمشاريع السياحية، وهذا يؤكد أهمية دور الجهات الحكومية في زيادة كفاءة وتنشيط الحركة السياحية في المنطقة، وتبين من النتائج أن ١٦,٨ % من أفراد عينة الدراسة يعتقدون أن تقديم الخدمات السياحية بسعر مناسب يسهم في زيادة الكفاءة السياحية في المنطقة، ، بينما يعتقد ٣,٥ % من أفراد عينة الدراسة أن تطوير الكوادر السياحية تسهم في زيادة الكفاءة السياحية في المنطقة، وتشير هذه النتائج إلى حاجة منطقة البحر الميت إلى الاهتمام الحكومي بتطوير المواقع السياحية وخاصة الشواطئ، إلى جانب الحاجة إلى الدعم الحكومي لإقامة المشاريع السياحية فيها.



الشكل (٢)

الوسائل المقترحة لزيادة كفاءة العمل السياحي في منطقة البحر الميت

تظهر النتائج في الجدول (١١) أن ٣٤,١ % من أفراد عينة الدراسة يرون أن تطوير المواقع السياحية من أهم الوسائل المقترحة لزيادة كفاءة العمل السياحي في منطقة البحر الميت وهذا يشير إلى أن المواقع السياحية في المحافظة بحاجة إلى زيادة الاهتمام الحكومي بها من خلال إقامة مشاريع تطوير المواقع السياحية وتنمية البنية التحتية لها، وتظهر الدراسة أن ٣٤,٩ % من أفراد عينة الدراسة يرون أن زيادة كفاءة العمل السياحي تتم من خلال الدعم الحكومي للمشاريع السياحية، وهذا يؤكد أهمية دور الجهات الحكومية في زيادة كفاءة وتنشيط الحركة السياحة في المحافظة، وأن ٩,١ % منهم يرون أن تطوير قدرات العاملين في السياحة يسهم في زيادة الكفاءة السياحية، ، بينما يرى ٦,٧ % و ٦,٢ % من أفراد عينة الدراسة أن تقديم الخدمات بأسعار مناسبة، وتثقيف أفراد المجتمع بأهمية السياحة، على الترتيب تسهم في زيادة الكفاءة السياحية في المحافظة، وتشير هذه النتائج إلى حاجة في منطقة البحر الميت إلى الاهتمام الحكومي بتطوير المواقع السياحية والأثرية بجانب الحاجة إلى تقديم القروض والمنح للسكان لإقامة المشاريع السياحية فيها.

ب- ما أشكال السياحة المفضلة في منطقة البحر الميت

ومن أجل الإجابة عن السؤال تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لإجابات عينة الدراسة حول أشكال السياحة المفضلة في منطقة البحر الميت. جدول(١٢)، شكل(٣)

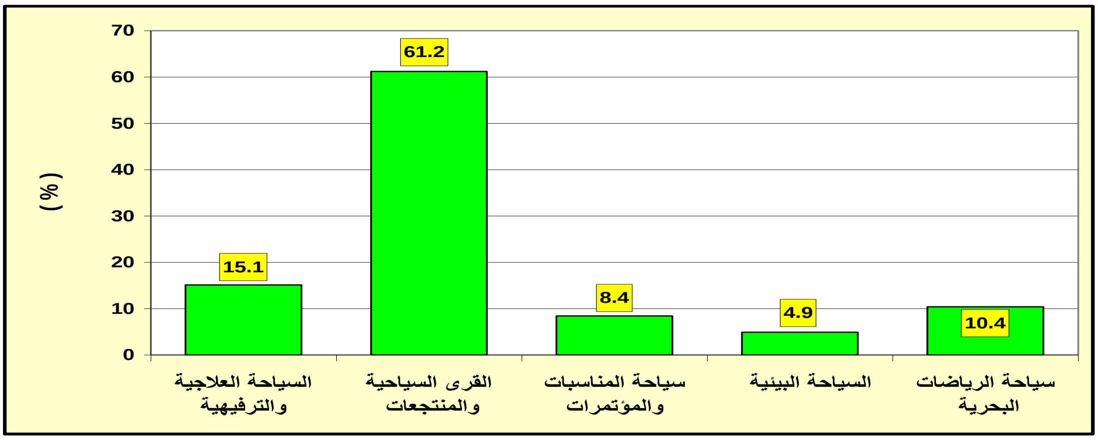
الجدول رقم (١٢)

أشكال السياحة المفضلة في منطقة البحر الميت

	التكرار	**%**
السياحة العلاجية	52	15.1
سياحة الشتاء "القرى السياحية والمنتجعات"	211	61.2
سياحة المناسبات والمؤتمرات	29	8.4
السياحة البيئية	17	4.9
السياحة الترفيهية	36	10.4
المجموع	345	100

المصدر: الدراسة الميدانية.

تظهر النتائج في الجدول (١٢) والشكل (٣) أن ٦١,٢ % من أفراد عينة الدراسة يعتقدون أن سياحة الشتاء في (القرى السياحية والمنتجعات) من أفضل أشكال السياحة في منطقة البحر الميت ، وتظهر الدراسة أن ١٥,١ % من أفراد عينة الدراسة يعتقدون أن السياحة العلاجية كشكل من أشكال السياحة المفضلة في منطقة البحر الميت وهذا يتوافق مع ما تتمتع به المنطقة من موارد طبيعية علاجية في البحر الميت، وتبين أن ١٠,٤ % من أفراد عينة الدراسة يعتقدون أن السياحة الترفيهية من أشكال السياحة المفضلة في منطقة البحر الميت، وتشير هذه النتائج إلى أهمية تنمية أشكال السياحة العلاجية والقرى السياحية والسياحة الترفيهية وذلك لتوفر الظروف الملائمة لها من حيث توفر الإمكانيات الطبيعية والبشرية في منطقة البحر الميت .



الشكل (٣)

أشكال السياحة المفضلة في منطقة البحر الميت

ج- ما هي المشاكل التي ساعدت السياحة على معالجتها في منطقة البحر الميت؟

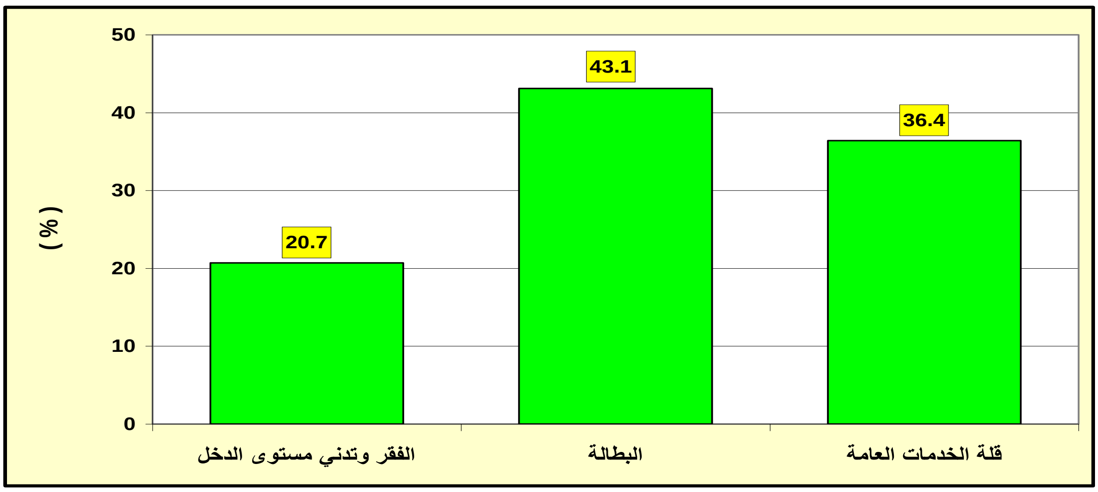
ومن أجل الإجابة عن السؤال تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لإجابات عينة الدراسة حول المشاكل التي ساعدت السياحة على معالجتها في منطقة البحر الميت. جدول (١٣)، شكل (٤)

الجدول رقم (١٣)

المشاكل التي ساعدت السياحة على معالجتها

المشاكل	التكرار	%
الفقر وتدني مستوى الدخل	71	20.7
البطالة	148	43.1
قلة الخدمات العامة	126	36.4
المجموع	345	100

تظهر النتائج في الجدول (١٣) أن ٤٣,١ % من أفراد عينة الدراسة يرون أن التنمية السياحية في منطقة البحر الميت قد ساهمت بشكل كبير في حل مشكلة البطالة في المنطقة، وأن ٣٦,٤ منهم يؤكدون أن مشاريع التنمية السياحية عملت على زيادة الخدمات العامة في المنطقة من خلال الاهتمام بمشاريع الطرق والبنية التحتية والاهتمام بالنظافة العامة وتطوير المواقع السياحية والأثرية، أن ٢٠,٧ % من أفراد عينة الدراسة يرون أن التنمية السياحية في منطقة البحر الميت قد ساهمت في حل مشكلة الفقر وتدني مستوى الدخل في المنطقة، وتشير هذه النتائج إلى أن التنمية السياحية تسهم بشكل مباشر في معالجة بعض المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها السكان من خلال تشغيل الأيدي العاملة المحلية وإقامة مشاريع البنية التحتية وزيادة الخدمات.



الشكل (٤)

المشاكل التي أسهمت السياحة على معالجتها

ثانياً: مستوى العمل السياحي في منطقة البحر الميت من وجهة نظر العاملين في القطاع السياحي.

للتعرف على مستوى العمل السياحي لمنطقة البحر الميت ، تم الإجابة عن الأسئلة الفرعية التالية:

أ- ما مستوى الخدمات السياحية المقدمة للسياح

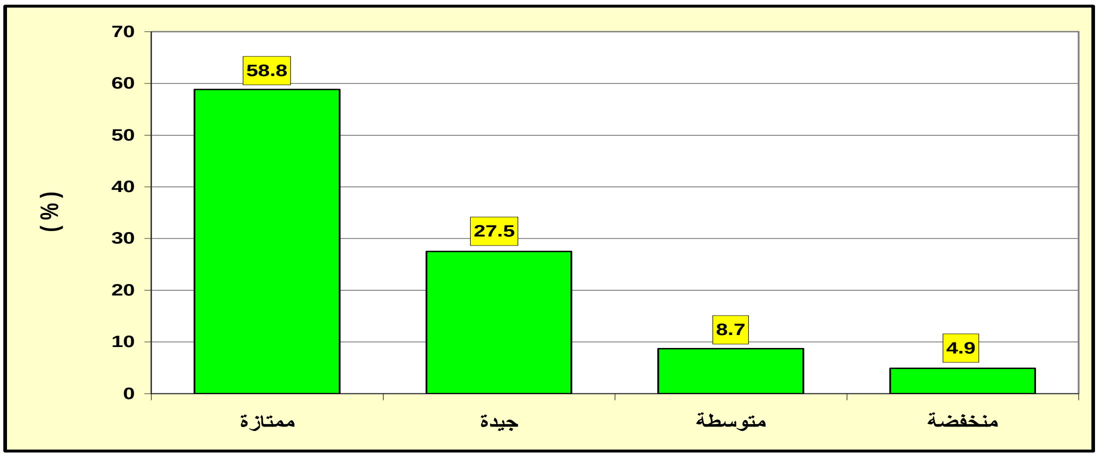
ومن أجل الإجابة عن السؤال تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لإجابات عينة الدراسة حول مستوى الخدمات السياحية المقدمة للسياح.

الجدول (١٤)

التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة اتجاه مستوى الخدمات السياحية

مستوى الخدمات السياحية	التكرار	%
ممتازة	203	58.8
جيدة	95	27.5
متوسطة	30	8.7
منخفضة	17	4.9
المجموع	345	99.9

ويبين الشكل (٥) إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه مستوى الخدمات المقدمة للسياح في منطقة البحر الميت، حيث تبين أن ما نسبته (٥٨,٨ %) من أفراد عينة الدراسة يرون بأن مستوى الخدمات "ممتازة" وأن نسبة (٢٧,٥ %) منهم يرون أن مستوى الخدمات "جيدة"، وأن ما نسبته (٨,٧ %) منهم يرون أن مستوى الخدمات "متوسطة"، بينما الباقي بنسبة (٤,٩ %) منهم يرون أن مستوى الخدمات "منخفضة".



الشكل (٥)

مستوى الخدمات السياحية المقدمة للسياح

ب- ما مستوى أسعار الخدمات السياحية المقدمة للسياح من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة؟

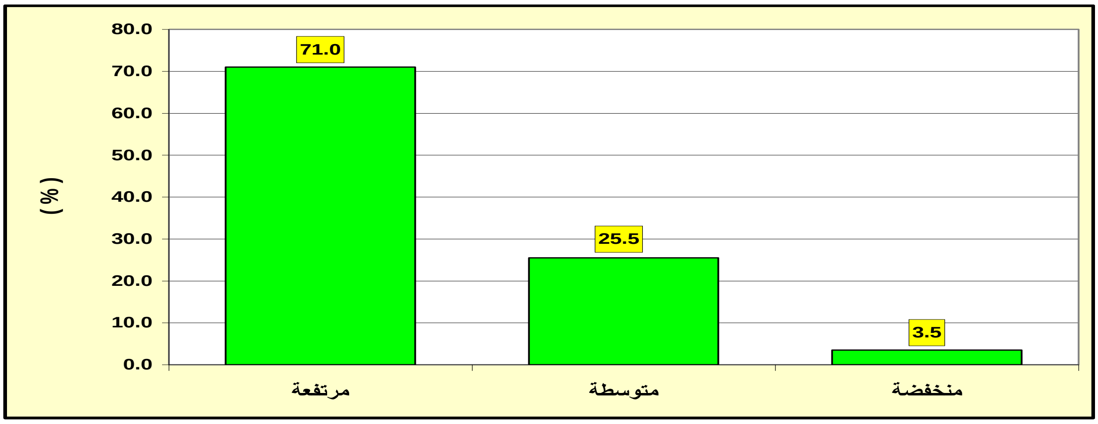
ومن أجل الإجابة عن السؤال تم إيجاد التكرارات والنسب المئوية لإجابات عينة الدراسة حول مستوى أسعار الخدمات السياحية المقدمة للسياح في منطقة البحر الميت. جدول (١٥)، والشكل (٦)

الجدول (١٥)

التكرارات والنسب المئوية لإجابات أفراد عينة الدراسة اتجاه أسعار الخدمات السياحية

مستوى أسعار الخدمات السياحية	التكرار	%
مرتفعة	205	71.0
متوسطة	88	25.5
منخفضة	52	3.5
المجموع	345	100

يبين الجدول (١٥) والشكل (٦) إجابات أفراد عينة الدراسة من العاملين في الفنادق تجاه مستوى أسعار الخدمات المقدمة للسياح في منطقة البحر الميت، حيث تبين أن ما نسبته (٧١,٠ %) منهم يرون بأن مستوى أسعار الخدمات "مرتفعة " وأن نسبة (٢٥,٥ %) منهم يرون أن مستوى أسعار الخدمات "متوسطة"، وأن ما نسبته (٣,٥ %) منهم يرون أن مستوى الخدمات "منخفضة".



الشكل (٦)

مستوى أسعار الخدمات السياحية المقدمة للسياح

الإجابة عن أسئلة الدراسة الرئيسة:

يتضمن الجزء التالي نتائج الإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها، وفقا لما أظهرته نتائج المعالجات الإحصائية، حول اتجاهات أفراد عينة الدراسة نحو مجالات الدراسة والتي شملت (دور القطاع العام والقطاع الخاص في التنمية السياحية، ومعوقات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت) .

السؤال الأول: ما دور استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول دور استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية، وبيان مستوى الموافقة حسب المتوسط على الفقرة، يوضح الجدول (١٦) هذه النتائج.

الجدول (١٦)

المتوسطات الحسابية• ومستوى استجابات أفراد عينة الدراسة على مضامين فقرات دور استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية

رقم الفقرة	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
13	تقوم الجهات المختصة بالتعاون مع الجهات الأمنية بتوفير الأمن للسياح	4.026	1.24	1	مرتفع

• تم حساب الوسط الحسابي لكل فقرة عن طريق جمع درجة استجابات أفراد عينة الدراسة نحو الفقرة، ومن ثم قسمة الناتج لى عدد المستجيبين لهذه الفقرة.

رقم الفقرة	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
	في منطقة البحر الميت				
1	تقوم الجهات المختصة بتوفير الخدمات العامة للسياح في منطقة البحر الميت	3.835	1.06	2	مرتفع
2	تعمل الجهات المختصة على المحافظة على البيئة والنظافة العامة للأماكن السياحية في منطقة البحر الميت	3.704	1.21	3	مرتفع
10	تعمل الجهات المختصة على توفير المرشدين والإدلاء السياحيين في المنطقة	3.682	1.26	4	مرتفع
6	تقوم الجهات المختصة بالتنسيق مع القطاع الخاص على الاستثمار في المشاريع السياحية في منطقة البحر الميت	3.565	1.06	5	مرتفع
12	تقوم الجهات المختصة بإشراك أصحاب المنشآت السياحية بالقرارات الخاصة بتطوير السياحة في منطقة البحر الميت	3.551	1.11	6	مرتفع
8	تقوم الجهات المختصة بتوفير النشرات والمعلومات والخرائط السياحية عن منطقة البحر الميت	3.549	1.25	7	مرتفع
21	تعمل الجهات المختصة على تنمية الوعي السياحي المجتمعي والرسمي بأهمية السياحة في تحقيق التنمية المستدامة في منطقة البحر الميت	3.536	1.05	8	مرتفع
5	تعمل الجهات المختصة على عمل الحملات الإعلانية لترويج الحركة السياحية في منطقة البحر الميت	3.522	1.14	9	مرتفع

رقم الفقرة	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
11	تقوم الجهات المختصة بنشر الوعي بأهمية السياحة كعائد اقتصادي	3.522	1.34	10	مرتفع
3	تتعاون الجهات المختصة مع المواطنين بالمحافظة على الموارد السياحية وحمايتها من التدهور في منطقة البحر الميت	١٨3.5	1.32	11	مرتفع
4	تقوم الجهات المختصة بضبط وتنسيق النشاطات السياحية في منطقة البحر الميت	3.519	1.31	12	مرتفع
16	تقوم الجهات المختصة بتطوير الأطر القانونية المشجعة والداعمة للسياحة في منطقة البحر الميت	3.493	1.25	13	متوسط
19	تقوم الجهات المختصة بتوفير المناخ الاستثماري الآمن لجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية في منطقة البحر الميت	3.484	1.16	14	متوسط
A15	تقوم الجهات المختصة بتنسيق النشاطات السياحية في منطقة البحر الميت مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى	3.478	1.10	15	متوسط
17	تقوم الجهات المختصة بتطوير الأنظمة التكنولوجية والمعلومات السياحية في منطقة البحر الميت	3.475	1.13	16	متوسط
14	تقوم الجهات المختصة باستغلال الموارد السياحية المتاحة في منطقة البحر الميت بالشكل الأمثل لتحقيق أكبر عائد سياحي	3.451	1.22	17	متوسط
20	تعمل الجهات المختصة على تنويع فرص الاستثمار السياحي في منطقة	3.351	1.20	18	متوسط

رقم الفقرة	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
	البحر الميت				
7	تعمل الجهات المختصة على تشجيع الزيارة لمنطقة البحر الميت من خلال دعم الرحلات السياحية بأسعار تشجيعية	3.298	1.23	19	متوسط
9	تقوم الجهات المختصة بمراقبة جودة الخدمات وأسعار السلع المقدمة للسياح في منطقة البحر الميت	3.293	1.37	20	متوسط
22	تقوم الجهات المختصة على تنظيم المعارض والمهرجانات السياحية بشكل دوري في منطقة البحر الميت	3.275	1.31	21	متوسط
18	تقوم الجهات المختصة بعقد الدورات لرفع كفاءة العاملين في القطاعات السياحية	3.195	1.28	22	متوسط
	الاتجاه العام	3.51	0.95	-	مرتفع

أظهرت نتائج التحليل لجميع فقرات هذا المحور المتعلق بدور استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة، جدول (١٦)، أن الاتجاه العام كان مرتفعا، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا المجال (3.51)، وتتوافق هذه النتيجة مع الجهود المبذولة حاليا من قبل القطاع العام والمتمثل في وزارة السياحة والجهات ذات العلاقة بما يحقق تنمية سياحية مميزة في منطقة البحر الميت، مما يجلب منافع اجتماعية واقتصادية للسكان في المنطقة وللأردن بشكل عام.

وبشكل تفصيلي يمكن توضيح استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت على ضوء إجابات أفراد عينة الدراسة كما يلي:

١- أشارت النتائج إلى أن استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية جاءت بدرجة مرتفعة من خلال اهتمامها بالتعاون مع الجهات الأمنية من أجل توفير الأمن للسياح في منطقة البحر الميت، وقد جاءت هذه الفقرة في الترتيب الأول وبدرجة مرتفعة وقد كانت درجة الموافقة لهذا الفقرة بمتوسط حسابي (٤,٠٢٦) من (٥) درجات، وهذا يشير إلى أن هناك إدراكا من قبل أفراد عينة الدراسة للأثر الكبير والإيجابي للأمن وحماية السياح في التنمية السياحية، وتجدر الإشارة إلى وجود اعتراف عالمي بنعمة الأمن والاستقرار التي تميز بها الأردن، فقد حاز الأردن على المرتبة ١٤ بين دول العالم في الحفاظ على سلامة المواطنين وأمنهم واستقرارهم وكذلك الزوار وفق تقرير خاص أعدته الأمم المتحدة ، حيث يعد الأمن السياحي أهم مسارات الإستراتيجية الوطنية لتنمية القطاع السياحي الأردني .

٢- أشارت النتائج إلى أن استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية جاءت بدرجة مرتفعة من خلال اهتمامها بتوفير الخدمات العامة للسياح في منطقة البحر الميت حيث كانت درجة الموافقة والتأييد لهذه الفقرة بدرجة مرتفعة وبلغ الوسط الحسابي لها (٣,٨٣٥) من (٥) درجات، وهذا ناتج من أن هناك وعي من قبل العاملين في قطاع الفنادق بأهمية بتوفير الخدمات العامة للسياح ، الأمر الذي يسهم بشكل مباشر في التنمية السياحية بالمنطقة.

٣- ويتضح من نتائج الجدول (١٦) أن استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية جاءت بدرجة مرتفعة من خلال اهتمامها بالمحافظة على البيئة والنظافة العامة للأماكن السياحية في منطقة البحر الميت حيث كانت درجة الموافقة والتأييد لهذه الفقرة بدرجة مرتفعة وبلغ الوسط الحسابي لها (٣,٧٠٤) من (٥) درجات، وهذا يشير إلى أن هناك إدراكا من قبل أفراد عينة الدراسة للأثر الكبير والإيجابي للمحافظة على البيئة والنظافة العامة للأماكن السياحية في التنمية السياحية.

٤- يبين الجدول (١٦) أن درجة التأييد والموافقة جاءت بدرجة مرتفعة تجاه استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية في مجال توفير المرشدين

والإدلاء السياحيين في المنطقة، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٦٨٢) ويعود ذلك لوعي أفراد العينة لأهمية توفير المرشدين والإدلاء السياحيين في المنطقة كجزء هام من وسائل التنمية السياحية فيها.

٥- وأظهرت النتائج في الجدول (١٦) أن درجة الموافقة والتأييد جاءت بدرجة مرتفعة نحو قيام الجهات السياحية المختصة بالتنسيق مع القطاع الخاص على الاستثمار في المشاريع السياحة في منطقة البحر الميت، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٥٦٥) ويعد هذا المجال من المجالات الحيوية التي تحقق درجة رضا للسياح عندما يجدون اهتماما من قبل الجهات المختصة والسكان لتوفير المرافق السياحية المختلفة، ولعل ذلك ناتج عن طبيعة منطقة البحر الميت التي تتميز بتعدد الأماكن السياحية فيها وتباعدها المكاني، مما يتطلب تعاون الجهات الحكومية والخاصة لتحقيق خدمات متكاملة.

٦- وأظهرت النتائج بأن استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية جاءت بدرجة مرتفعة من خلال اهتمامها بإشراك مدراء الفنادق وأصحاب المنشآت السياحية بالقرارات الخاصة بتطوير السياحة بالمنطقة، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٥٥١)، وهذا يشير إلى أن أفراد عينة الدراسة من العاملين في القطاع السياحي، يرون ضرورة قيام الجهات السياحية بإشراك أصحاب المنشآت السياحية بالقرارات الخاصة بتطوير السياحة، لما له من أهمية في التنمية السياحية في المنطقة.

٧- وأظهرت النتائج بأن استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية جاءت بدرجة مرتفعة من خلال توفير النشرات والمعلومات والخرائط السياحية عن منطقة البحر الميت، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٥٤٩)، وهذا يشير إلى أن هناك مستويات مرتفعة من المعرفة من قبل أفراد عينة الدراسة بأن الجهات السياحية تقوم بجذب السياح للمنطقة من خلال توفير النشرات والخرائط والإعلانات عنها.

٨- وأظهرت النتائج بأن دور الجهات السياحية في تنمية الوعي السياحي المجتمعي والرسمي بأهمية السياحة في تحقيق التنمية المستدامة في منطقة

البحر الميت، قد جاءت بدرجة مرتفعة، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٥٣٦) وهذا يشير إلى أن هناك مستويات من المعرفة من قبل أفراد عينة الدراسة بأن الجهات السياحية تقوم بدور كبير في تنمية الوعي السياحي المجتمعي والرسمي بين سكان المنطقة.

٩- أظهرت النتائج بأن استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية جاءت بدرجة مرتفعة من خلال قيامها بعمل الحملات الإعلانية لترويج الحركة السياحية في منطقة البحر الميت، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٥٢٢)، وهذا يعكس أهمية الترويج السياحي لمنطقة البحر الميت كأحد المقومات السياحية في المنطقة.

١٠- وأظهرت النتائج بأن استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية جاءت بدرجة مرتفعة من خلال قيامها بنشر الوعي بأهمية السياحة كعائد اقتصادي، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٥٢٢)، وهذا يعكس أهمية نشر الوعي بأهمية السياحة في منطقة البحر الميت كأحد المقومات السياحية في المنطقة.

١١- أظهرت النتائج بأن استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية جاءت بدرجة مرتفعة من خلال تعاونها مع السكان المحليين للمحافظة على الموارد السياحية وحمايتها من التدهور في منطقة البحر الميت، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٥١٩)، وهذا يعكس أهمية المحافظة على الموارد السياحية وحمايتها من التدهور في منطقة البحر الميت كأحد المقومات السياحية في المنطقة.

١٢- يتضح من نتائج الجدول (١٦) أن الجهات السياحية تقوم بدرجة مرتفعة بضبط وتنسيق النشاطات السياحية في منطقة البحر الميت، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٥١٨)، وهذا يشير إلى أن أفراد عينة الدراسة من العاملين في القطاع السياحي، يرون ضرورة قيام الجهات السياحية بضبط وتنسيق النشاطات السياحية في منطقة البحر الميت.

١٣- وأخيرا أظهرت النتائج بأن استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية جاءت بدرجة متوسطة من خلال قيامها بتطوير الأطر القانونية المشجعة

والداعمة للسياحة في منطقة البحر الميت، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٤٩٣)، ومن خلال قيامها بتوفير المناخ الاستثماري الآمن لجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية في منطقة البحر الميت، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٤٨٤)، ومن خلال قيامها بتنسيق النشاطات السياحية في منطقة البحر الميت مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٤٧٨)، ومن خلال قيامها بتطوير الأنظمة التكنولوجية والمعلومات السياحية في منطقة البحر الميت، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٤٧٥)، ومن خلال قيامها باستغلال الموارد السياحية المتاحة في منطقة البحر الميت بالشكل الأمثل لتحقيق أكبر عائد سياحي ، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٤٥١)، ومن خلال قيامها بتنويع فرص الاستثمار السياحي في منطقة البحر الميت، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٣٥١)، ومن خلال قيامها بتشجيع الزيارة لمنطقة البحر الميت من خلال دعم الرحلات السياحية بأسعار تشجيعية ، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٢٩٨)، ومن خلال قيامها بمراقبة جودة الخدمات وأسعار السلع المقدمة للسياح في منطقة البحر الميت، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٢٩٣)، ومن خلال قيامها بتنظيم المعارض والمهرجانات السياحية بشكل دوري في منطقة البحر الميت، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٢٩٣)، وأخيرا من خلال قيامها بعقد الدورات لرفع كفاءة العاملين في القطاعات السياحية، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,١٩٥)، ومن خلال هذه النتائج يتضح أهمية زيادة الاهتمام بهذه الاستراتيجيات السياحية

السؤال الثاني: ما دور استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة؟

للإجابة عن هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة حول دور استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية، وبيان مستوى الموافقة حسب المتوسط على الفقرة، يوضح الجدول (١٧) هذه النتائج.

الجدول رقم (١٧)

المتوسطات الحسابية* ومستوى استجابات أفراد عينة الدراسة على مضامين فقرات دور استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية

رقم الفقرة	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
2	يتوفر لدى المنشأة القدرة على استيعاب أعداد كبيرة من السياح خلال فترات الذروة السياحية	4.221	1.19	1	مرتفع
9	تسهم المنشأة في إيجاد حلول ومعالجة للتحديات التي تواجه السياحة بالتعاون مع الجهات السياحية المختصة	4.124	1.05	2	مرتفع
4	تهتم المنشأة بالنظافة العامة ومظهر العاملين فيها	4.118	1.17	3	مرتفع
5	تعمل المنشأة على توفير مترجمين فيها لتقديم خدمات متنوعة للسياح	4.092	1.29	4	مرتفع
1	تقوم المنشأة على تطوير أداء العاملين فيها من خلال إشراكهم بالدورات التدريبية	4.085	1.22	5	مرتفع
8	تعمل المنشأة على الارتقاء بجودة مستوى الخدمات والأنشطة السياحية بما يتلاءم مع المستويات الدولية.	4.071	1.14	6	مرتفع
12	تعمل المنشأة على تنويع خدماتها السياحية لجذب السياح خلال فترات السنة	4.047	1.19	7	مرتفع
15	تعمل المنشاة على توفير الخدمات	4.012	1.43	8	مرتفع

* تم حساب الوسط الحسابي لكل فقرة عن طريق جمع درجة استجابات أفراد عينة الدراسة نحو الفقرة، ومن ثم قسمة الناتج لى عدد المستجيبين لهذه الفقرة.

رقم الفقرة	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
	المصرفية الالكترونية والانترنت للسياح في منطقة البحر الميت				
10	تقوم المنشأة بالتعاون مع الجهات المنظمة للأنشطة والمهرجانات السياحية في منطقة البحر الميت	3.997	1.18	9	مرتفع
3	تسهم المنشأة في تشجيع السياح على القيام بزيارات أخرى لمنطقة البحر الميت من خلال جودة الخدمات المقدمة	3.994	1.32	10	مرتفع
6	يتوفر لدى المنشأة سياسة أسعار ثابتة لجميع جنسيات السياح وتوفير نشرات للتعريف بالخدمات التي تقدمها وأسعارها	3.950	1.30	11	مرتفع
7	تسهم المنشأة بالمساهمة في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت من خلال تطوير الأنشطة السياحية بشكل مستمر	3.918	1.31	12	مرتفع
14	تعتمد المنشأة على المنتجات المصنعة محليا	3.909	1.16	13	مرتفع
13	تقوم المنشأة بالتحالف التسويقي مع المنشآت الأخرى لترويج المنتجات والخدمات السياحية	3.790	1.36	14	مرتفع
11	تقوم المنشأة باستقطاب الكوادر المحلية وإحلالها محل العمالة الوافدة	3.741	1.40	15	مرتفع
	الاتجاه العام	4.00	0.76	-	مرتفع

أظهرت نتائج التحليل لجميع فقرات هذا المحور المتعلق بدور استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت من وجهة نظر أفراد

عينة الدراسة، جدول (١٧)، أن الاتجاه العام كان مرتفعا، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا المجال (4.00)، وتجدر الإشارة بأن القطاع الخاص هو الأكثر فعالية في مجال السياحة في منطقة البحر الميت، ويعول عليه كثيراً في تنمية وتطوير السياحة في المنطقة بمختلف أنواعها ونشاطاتها، كما يعتبر القطاع الخاص الداعم الأساسي لتفعيل السياحة والحفاظ على البيئة في المنطقة، ليس فقط بمشاركته ومشروعاته التنموية، بل بنشر الوعي السياحي من خلال إقامة الندوات والمؤتمرات والمشاركة في المهرجانات التي تثري هذا النشاط، ويتمثل دوره في دعم التنمية السياحية في منطقة البحر الميت في الآتي:

- توفير البنية الفوقية (superstructure) اللازمة لتنمية وتطور السياحة ، والمتمثلة في إنشاء الفنادق والمطاعم والحدائق والمرافق الخاصة بالنشاطات الرياضية ، كالرياضة المائية، والمخيمات الصيفية، والشتوية، وتنظيم الرحلات الجماعية للبحر الميت.
- التركيز على توظيف العمالة الوطنية في كافة المشاريع السياحية في المنطقة، والعمل على تعليمهم وتدريبهم بما يتلاءم مع هذا النوع من السياحة .

ونظراً لكون الفنادق هي الناشط الرئيس في القطاع السياحي في منطقة البحر الميت، فإن إشراك رجال الأعمال في صياغة السياسات الوطنية، خاصة المتعلقة ببيئة الاستثمار السياحي، أمرٌ حيوي لضمان نجاح خطط التعاون بين القطاع الخاص والعام، لكون بيئة الاستثمار هي العامل الحاسم في جذب الاستثمارات السياحية، ولكون الشركات السياحية هي المنفذ الرئيس لتلك الخطط، ولما تملكه من خبرات متراكمة في التخطيط لمشروعات التعاون وتنفيذها.

وبشكل تفصيلي يمكن توضيح استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت على ضوء إجابات أفراد عينة الدراسة كما يلي:

١- أشارت النتائج إلى أن استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية جاءت بدرجة مرتفعة من خلال قدرتها على استيعاب أعداد كبيرة من السياح خلال فترات الذروة السياحية، وقد جاءت هذه الفقرة في الترتيب الأول وبدرجة مرتفعة وقد كانت درجة الموافقة لهذا الفقرة بمتوسط حسابي (٤,٢٢١) من

(٥) درجات، وهذا يشير إلى أن هناك إدراكا من قبل أفراد عينة الدراسة للأثر الكبير والإيجابي للطاقة الإيوائية للفنادق في الجذب السياحي للمنطقة، في التنمية السياحية.

٢- أشارت النتائج إلى أن استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية جاءت بدرجة مرتفعة من خلال اهتمامها بإيجاد حلول ومعالجة للتحديات التي تواجه السياحة في منطقة البحر الميت بالتعاون مع الجهات السياحية المختصة حيث كانت درجة الموافقة والتأييد لهذه الفقرة بدرجة مرتفعة وبلغ الوسط الحسابي لها (٤,١٢٤) من (٥) درجات، وهذا ناتج من أن هناك وعي من قبل العاملين في قطاع الفنادق بأهمية زيادة الاهتمام بإيجاد حلول ومعالجة للتحديات التي تواجه السياحة في منطقة البحر الميت، الأمر الذي يسهم بشكل مباشر في التنمية السياحية بالمنطقة.

٣- ويتضح من نتائج الجدول (١٧) أن استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية جاءت بدرجة مرتفعة من خلال اهتمامها بالنظافة العامة ومظهر العاملين فيها حيث كانت درجة الموافقة والتأييد لهذه الفقرة مرتفعة وبلغ الوسط الحسابي لها (٤,١١٨) من (٥) درجات، وهذا ناتج من أن هناك وعياً من قبل العاملين في الفنادق بأهمية النظافة العامة للمنشآت السياحية ومظهر العاملين فيها، الأمر الذي يسهم بشكل مباشر في تشكيل صورة إيجابية للسياح عن هذه المنشآت والإسهام في التنمية السياحية بالمنطقة.

٤- يبين الجدول (١٥) أن درجة التأييد والموافقة جاءت مرتفعة تجاه استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية في مجال توفير مترجمين فيها لتقديم خدمات متنوعة للسياح، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٤,٠٩٢) ويعود ذلك لوعي أفراد العينة لأهمية توفير مترجمين في المنطقة كجزء هام من وسائل التنمية السياحية فيها.

٥- يبين الجدول (١٧) أن درجة التأييد والموافقة جاءت مرتفعة نحو قيام الفنادق بتطوير أداء العاملين فيها من خلال إشراكهم بالدورات التدريبية، وقد كانت درجة الموافقة والتأييد لهذا المجال (٤,٠٨٥) من قبل العاملين في الفنادق، وقد

يعود ذلك بأن أفراد العينة يؤيدون ضرورة تطوير أداء العاملين في القطاع السياحي، الأمر الذي يسهم في تقديم خدمات سياحية مميزة للسياح، وزيادة رضا السياح والإسهام في التنمية السياحية في المنطقة.

٦- وأظهرت النتائج بأن استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية جاءت بدرجة مرتفعة من خلال اهتمامها بالارتقاء بجودة مستوى الخدمات والأنشطة السياحية بما يتلاءم مع المستويات الدولية، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٤,٠٧١)، وهذا يشير إلى أن أفراد عينة الدراسة من العاملين في القطاع السياحي، يرون ضرورة قيام القطاع الفندقي في منطقة البحر الميت بتطوير مستوى الخدمات المقدمة فيها، لما له من أهمية في التنمية السياحية في المنطقة.

٧- وأظهرت النتائج بأن استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية جاءت بدرجة مرتفعة من خلال قيامها بتنويع خدماتها السياحية لجذب السياح خلال فترات السنة، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٤,٠٤٧)، وهذا يشير إلى أن هناك إدراكا من قبل أفراد عينة الدراسة بضرورة قيام الفنادق بتنويع وتطوير خدماتها السياحية خلال فترات السنة وعدم اقتصارها على فترات الذروة السياحية، وأن عليها القيام بدور أكبر في تمييز منتجها السياحي للإسهام في زيادة وجذب السياح للمنطقة، الأمر الذي يسهم في تحقيق التنمية السياحية في منطقة البحر الميت.

٨- وأظهرت النتائج بأن استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية جاءت بدرجة مرتفعة من خلال قيامها بتوفير الخدمات المصرفية الالكترونية والانترنت للسياح في منطقة البحر الميت، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٤,٠١٢)، ويعد هذا المجال على جانب كبير من الأهمية لتحقيق تنمية سياحية، وتحقق درجة من الرضا للسياح والزوار للقيام بتعاملاتهم المصرفية والالكترونية والتواصل عن طريق الانترنت.

٩- وأظهرت النتائج بأن استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية جاءت بدرجة مرتفعة من خلال قيامها بالتعاون مع الجهات المنظمة للأنشطة

والمهرجانات السياحية في منطقة البحر الميت، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٩٩٧)، وهذا يعكس أهمية المهرجانات في منطقة البحر الميت كأحد المقومات السياحية في المنطقة.

١٠-وأظهرت النتائج بأن استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية جاءت بدرجة مرتفعة من خلال قيامها بتشجيع السياح على القيام بزيارات أخرى لمنطقة البحر الميت من خلال جودة الخدمات المقدمة ، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٩٩٤)، وهذا يعكس أهمية جودة الخدمات السياحية في الجذب السياحي في منطقة البحر الميت كأحد المقومات السياحية في المنطقة.

١١-وأظهرت النتائج بأن استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية جاءت بدرجة مرتفعة من خلال إتباعها سياسة أسعار ثابتة لجميع جنسيات السياح وتوفير نشرات للتعريف بالخدمات التي تقدمها وأسعارها، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٩٥٠)، وهذا يعكس أهمية توفير الخدمات السياحية بأسعار مناسبة كأحد المقومات السياحية في المنطقة.

١٢-ويتضح من نتائج الجدول (١٥) أن الفنادق تقوم بدرجة مرتفعة في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت من خلال تطوير الأنشطة السياحية التي تقدمها بشكل مستمر، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٩١٨)، وهذا يشير إلى أن أفراد عينة الدراسة من العاملين في القطاع السياحي، يرون ضرورة قيام الجهات السياحية بتطوير الأنشطة السياحية في منطقة البحر الميت.

١٣-وأخيرا أظهرت النتائج بأن استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية جاءت بدرجة مرتفعة من خلال اعتمادها على المنتجات المصنعة محليا في منطقة البحر الميت، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٩٠٩)، ومن خلال قيامها بالتحالف التسويقي مع المنشآت الأخرى لترويج المنتجات والخدمات السياحية ، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٧٩٠)، ومن خلال قيامها باستقطاب الكوادر المحلية وإحلالها محل العمالة الوافدة ، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٧٤١).

السؤال الثالث: ما معوقات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة؟

للإجابة عن السؤال الثالث تم حساب المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة تجاه معوقات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت، وبيان مستوى الموافقة حسب المتوسط الحسابي على الفقرات، وقد عمدت الدراسة إلى تحديد أهم المعوقات التي تواجه التنمية السياحية في منطقة البحر الميت، واعتماد مجموعة من المؤشرات الأساسية التي تتعلق بمعوقات التنمية السياحية بشكل عام، ويوضح الجدول (١٨) هذه النتائج.

الجدول رقم (١٨)

المتوسطات الحسابية• ومستوى استجابات أفراد عينة الدراسة على مضامين فقرات معوقات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت

رقم الفقرة	الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	المستوى
1	ضعف خدمات البنية التحتية في منطقة البحر الميت	3.188	1.61	1	متوسط
5	موسمية السياحة وزيادة حجم المخاطر التي تواجه الاستثمارات السياحية.	3.162	1.40	2	متوسط
2	عدم توفر الأنشطة السياحية والمهرجانات الترفيهية واقتصارها على بعض فصول السنة	3.136	1.43	3	متوسط
3	عدم وجود كوادر محلية مؤهلة ومتخصصة في مجال السياحة المناسبة في منطقة البحر الميت	2.950	1.74	4	متوسط
6	غياب الدور الإعلامي للتعريف بالسياحة في منطقة البحر الميت والترويج لها	2.925	1.39	5	متوسط
13	زيادة منافسة المناطق السياحية الأخرى	2.913	1.45	6	متوسط

• تم حساب الوسط الحسابي لكل فقرة عن طريق جمع درجة استجابات أفراد عينة الدراسة نحو الفقرة، ومن ثم قسمة الناتج لى عدد المستجيبين لهذه الفقرة.

رقم الفقرة	الفقرة	**الوسط الحسابي**	**الانحراف المعياري**	**الترتيب**	**المستوى**
	في المملكة كأسواق سياحية تجذب السياح إليها				
9	عدم إتباع سياسة أسعار مناسبة وقادرة على المنافسة مع الخدمات السياحية المناظرة في الخارج	2.875	1.41	7	متوسط
14	تركيز الشركات السياحية المحلية على السياحة الخارجية وعدم الاهتمام بتنظيم رحلات سياحية داخلية في منطقة البحر الميت	2.875	1.45	8	متوسط
12	غياب الدراسات المتخصصة لتقييم الوضع السياحي في المواقع القابلة للنمو السياحي	2.861	1.38	9	متوسط
7	عدم مواكبة المشاريع السياحية القائمة لمتطلبات السياحة الحديثة	2.838	1.35	10	متوسط
4	عدم التنويع والتجديد في الخدمات المقدمة للسياح	٨١٩2.	1.33	11	متوسط
10	قلة الاهتمام بتطوير المواقع السياحية لتنمية السياحة المستدامة	١٢2.8	1.38	12	متوسط
8	عدم الاهتمام بالصناعات والمنتجات المكملة للأنشطة السياحية في منطقة البحر الميت	2.767	1.45	13	متوسط
11	قلة الاهتمام بالدورات التدريبية لرفع كفاءة العاملين في شركات السياحة وتنمية مهاراتهم	2.690	1.45	14	متوسط
15	عدم تطبيق معايير ومواصفات مراقبة جودة المنشآت السياحية وضعف الضوابط والعقوبات للمخالفين	2.638	1.45	15	متوسط
	الاتجاه العام	2.890	1.02	-	متوسط

يتضح من نتائج جدول (١٨) أن درجة الموافقة نحو المعوقات التي تواجه التنمية السياحية في منطقة البحر الميت من قبل العاملين في الفنادق، جاءت بدرجة متوسطة بشكل عام، حيث بلغ الوسط الحسابي العام (٢,٨٩)، مما يشير إلى أن هناك معوقات تواجه التنمية السياحية في منطقة البحر الميت ولكن بدرجات متوسطة، الأمر الذي يمكن التغلب عليها بسهولة من خلال وضع الحلول المناسبة لها، وبشكل تفصيلي يمكن توضيح درجة أهمية المعوقات التي تواجه التنمية السياحية في منطقة البحر الميت على ضوء إجابات أفراد عينة الدراسة كما يلي:

١- أشارت النتائج أن من أهم المعوقات التي تواجه التنمية السياحية في منطقة البحر الميت تتمثل في "ضعف خدمات البنية التحتية (Infrastructure)"، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,٩١٨) وبدرجة متوسطة، وهذا يشير إلى أن هناك إدراكا من قبل العاملين في القطاع الفندقي لضرورة زيادة الاهتمام بتوفير خدمات البنية التحتية في منطقة البحر الميت، لما لذلك من أثر إيجابي على زيادة استقطاب السياح الجدد سواء من الداخل أو الخارج، حيث تتطلب عملية الاستثمار الفعال للموارد السياحية القيام بالعديد من الاستثمارات في البنية التحتية من طرق وحدائق وخدمات عامة.

٢- أشارت النتائج أن من المعوقات التي تواجه السياحة في منطقة البحر الميت موسمية السياحة وزيادة حجم المخاطر التي تواجه الاستثمارات السياحية. مما يشير إلى اقتصار الأنشطة السياحية على فترات محددة خلال السنة مثل فصل الشتاء والربيع، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,١٣٦) وبدرجة متوسطة ، وهذا ناتج من الطبيعة الموسمية التي يتصف بها الطلب السياحي في منطقة البحر الميت خلال أشهر الشتاء والربيع، فإن ذلك ينعكس على النشاطات السياحية، والتي تتركز خلال فترة الذروة السياحية

٣- ويتضح من نتائج الجدول (١٨) أن عدم توفر الأنشطة السياحية والمهرجانات الترفيهية واقتصارها على بعض فصول السنة، من ضمن المعوقات الرئيسة في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,١٣٦) وبدرجة متوسطة، وقد يعود ذلك لوعي أفراد العينة بأهمية هذا

المجال من جهة، وأنه يوجد في المنطقة أماكن سياحية يمكن تأهيلها كمناطق جذب سياحي من خلال إقامة الأنشطة السياحية والمهرجانات، من جهة أخرى، وهذا يشير إلى ضرورة توفير الخطط السياحية لتقييم المواقع القابلة للتميز السياحي في المنطقة، بغرض الإسهام في تنمية سياحية مستدامة فيها.

٤- وأظهرت النتائج في الجدول (١٨) أن عدم وجود كوادر محلية مؤهلة ومتخصصة في مجال السياحة، من ضمن المعوقات التي تواجه التنمية السياحة، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٣,١٣٦) وبدرجة متوسطة، ويرجع ذلك لإدراك العاملين بأهمية قطاع السياحة كمصدر رئيس للتوظيف والعمالة، وأن التنمية السياحية وزيادة السياح تتطلب توفر خبرات وكوادر محلية لإدارة المشاريع السياحية، وتعني خلق فرص عمل جديدة في مختلف المؤسسات السياحية (فنادق، مطاعم، متنزهات، متاجر، مكاتب سياحة وسفر، شركات نقل، وغيرها).

٥- أشارت النتائج إلى أن من المعوقات التي تواجه السياحة في منطقة البحر الميت هو غياب الدور الإعلامي للتعريف بالسياحة في منطقة البحر الميت والترويج لها، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٢,٩٢٥) وبدرجة متوسطة، مما يشير إلى ضرورة زيادة الاهتمام بالترويج السياحي لمنطقة البحر الميت من خلال وسائل الإعلام المحلية والعالمية لجذب السياح للمنطقة.

٦- ويتضح من نتائج الجدول (١٨) زيادة منافسة المناطق السياحية الأخرى في المملكة كأسواق سياحية تجذب السياح إليها، من ضمن المعوقات التي تواجه التنمية السياحية حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٢,٩١٣) وبدرجة متوسطة ، وهذا يشير إلى أن هناك إدراكا من قبل أفراد عينة الدراسة بوجود منافسة داخلية وخارجية، مما يتطلب من المنشآت السياحية في منطقة البحر الميت القيام بدور أكبر في تمييز منتجها السياحي للإسهام في زيادة وجذب السياح للمنطقة، الأمر الذي يسهم في تحقيق التنمية السياحية في البحر الميت.

٧- ويتضح من نتائج الجدول (١٨) عدم إتباع سياسة أسعار مناسبة وقادرة على المنافسة مع الخدمات السياحية المناظرة في الداخل والخارج، من ضمن

المعوقات التي تواجه التنمية السياحية، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٢,٨٧٥) وبدرجة متوسطة ، وهذا يشير إلى أن هناك إدراكا من قبل أفراد عينة الدراسة بوجود ارتفاع وتذبذب في أسعار الخدمات المقدمة في المنشآت السياحية في منطقة البحر الميت، مما يتطلب من المنشآت السياحية في منطقة البحر الميت القيام بمراجعة أسعار الخدمات المقدمة ومقارنتها مع الآخرين للإسهام في زيادة وجذب السياح للمنطقة، الأمر الذي يسهم في تحقيق التنمية السياحية في البحر الميت.

٨- ويتضح من نتائج الجدول (١٨) أن من ضمن المعوقات التي تواجه التنمية السياحية في منطقة البحر الميت تركيز الشركات السياحية المحلية على السياحة الخارجية وعدم الاهتمام بتنظيم رحلات سياحية داخلية للبحر الميت، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٢,٨٧٥) وبدرجة متوسطة ، وهذا يشير إلى أن هناك إدراكا من قبل أفراد عينة الدراسة نحو أهمية تنشيط قطاع السياحة الداخلية في الأردن، مع أتباع سياسة سعرية مناسبة تكون مدعومة من قبل الحكومة للتشجيع على القيام بالسياحة الداخلية.

٩- ويتضح من نتائج الجدول (١٨) أن غياب الدراسات المتخصصة لتقييم الوضع السياحي في المواقع القابلة للنمو السياحي في منطقة البحر الميت، من ضمن المعوقات الرئيسة التي تواجه التنمية السياحية ، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٢,٨٧٥) وبدرجة متوسطة ، وقد يعود ذلك لوعي أفراد العينة بأهمية هذا المجال من جهة، وأنه يوجد في منطقة البحر الميت أماكن سياحية يمكن تأهيلها كمناطق جذب سياحي، من جهة أخرى، وهذا يشير إلى ضرورة توفير الخطط السياحية لتقييم المواقع القابلة للتميز السياحي في المنطقة، بغرض الإسهام في تنمية سياحية مستدامة فيها.

١٠-أشارت النتائج أن من المعوقات التي تواجه السياحة في منطقة البحر الميت هو عدم مواكبة المشاريع السياحية القائمة لمتطلبات السياحة الحديثة، وعدم التنوع والتجديد في الخدمات المقدمة للسياح، وقلة الاهتمام بتطوير المواقع السياحية لتنمية السياحة المستدامة ، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرات (٢,٨٣٨)،

(٢,٨١٩) و (٢,٨١٢) وبدرجات متوسطة، مما يشير إلى ضرورة تطوير العرض السياحي والإهتمام بتطوير المواقع السياحية في منطقة البحر الميت بما يتناسب مع المتطلبات الجديدة للعرض السياحي.

١١-وأظهرت النتائج في الجدول (١٨) أن عدم الاهتمام بالصناعات والمنتجات المكملة للأنشطة السياحية من ضمن المعوقات التي تواجه التنمية السياحية في منطقة البحر الميت، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٢,٧٦٧) وبدرجة متوسطة، ويرجع ذلك لإدراك العاملين في الفنادق بأهمية توفير متطلبات السياح من السلع التقليدية والحرف اليدوية من ضمن البيئة المحلية وعدم الاعتماد على المصادر الخارجية من خلال استيرادها من الدول الأخرى. وتعد السياحة من الدعائم الاقتصادية للمناطق المجاورة للبحر الميت، والتي يعتمد الكثير من سكانها على النشاط السياحي، ولذا فإن النهوض بالسياحة يتطلب توظيف العناصر المحلية المتاحة بالدرجة التي تحقق الرخاء والرفاهية للسكان وتحقيق تنمية سياحية فيها.

١٢-أظهرت النتائج في الجدول (١٨) أن قلة الاهتمام بالدورات التدريبية لرفع كفاءة العاملين في المنشآت السياحية في البحر الميت، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٢,٦٩٠) وبدرجة متوسطة، ويرجع ذلك لإدراك العاملين بأهمية التدريب والتعاون على العمل السياحي في مختلف المؤسسات السياحية في المنطقة.

١٣-وأظهرت النتائج في الجدول (١٨) أن عدم تطبيق معايير ومواصفات مراقبة جودة المنشآت السياحية وضعف الضوابط والعقوبات للمخالفين من ضمن المعوقات التي تواجه التنمية السياحية، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذه الفقرة (٢,٦٣٨) وبدرجة متوسطة، ويرجع ذلك لإدراك العاملين بأهمية تطبيق معايير الجودة السياحية لضمان رضا السياح عن الخدمات المقدمة.

النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع: هل تختلف تقديرات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام والخاص في التنمية السياحية في منطقة البحر

الميت، واتجاه معوقات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت باختلاف المتغيرات (النوع الاجتماعي، العمر، طبيعة العمل، المستوى التعليمي، الخبرة العملية) ؟

١- الاختلاف تبعاً للنوع الاجتماعي

وللكشف عن الاختلاف في تقديرات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام والخاص في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت، واتجاه معوقات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت باختلاف النوع الاجتماعي، تم إجراء اختبار "ت" للعينات المستقلة (T.test) ، وفيما يلي عرضا للنتائج:

جدول (١٩)

نتائج اختبارات للعينات المستقلة (T.test) للكشف عن معنوية الاختلاف في تقديرات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام والخاص في التنمية السياحية، واتجاه معوقات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت باختلاف النوع الاجتماعي

محاور الدراسة	الوسط الحسابي		قيمة T	الدلالة الإحصائية
	ذكر	أنثى		
استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية	٦٩3.	2.51	* 9.04	0.00
استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية	٢٠4.	2.78	* 9.07	0.00
معوقات التنمية السياحية	٧٢2.	3.84	*- 3.54	0.00

وبالنظر إلى نتائج الجدول (١٩) يتبين ما يلي:

١. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية باختلاف متغير النوع الاجتماعي، حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة (٩,٠٤)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P\leq0.05$)، وقد كانت الفروق لصالح أفراد عينة الدراسة من الذكور.

٢. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية باختلاف متغير النوع الاجتماعي، حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة (٩,٠٧)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P\leq0.05$)، وقد كانت الفروق لصالح أفراد عينة الدراسة من الذكور.

٣. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه معوقات التنمية السياحية باختلاف متغير النوع الاجتماعي، حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة (٣,٥٤)، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P\leq0.05$)، وقد كانت الفروق لصالح أفراد عينة الدراسة من الإناث.

٢- الاختلاف تبعاً للعمر

وللكشف عن معنوية الاختلاف في تقديرات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام والخاص في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت، واتجاه معوقات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت باختلاف العمر، تم إجراء اختبار تحليل التباين الأحادي ، وفيما يلي عرضا للنتائج:

جدول (٢٠)

تحليل التباين الأحادي للكشف عن معنوية الاختلاف في تقديرات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام والخاص في التنمية السياحية، واتجاه معوقات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت باختلاف العمر

محاور الدراسة	العمر	المتوسط الحسابي	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية	٢٠-٢٩	3.262	بين المجموعات	22.9	3	7.64	٨,٨٨ *	٠,٠٠
	٣٠-٣٩	3.136	خلال المجموعات	293.5	341	0.86		
	٤٠-٤٩	3.869	المجموع	316.4	344			
	٥٠ فأكثر	3.413						
استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية	٢٠-٢٩	3.760	بين المجموعات	52.4	3	17.46	١٥,٩ *	٠,٠٠
	٣٠-٣٩	3.029	خلال المجموعات	368.5	341	1.10		
	٤٠-٤٩	4.538	المجموع	420.9	344			
	٥٠ فأكثر	3.816						
معوقات التنمية السياحية	٢٠-٢٩	2.412	بين المجموعات	49.3	3	16.43	١٢,٥ *	٠,٠٠
	٣٠-٣٩	3.103	خلال المجموعات	445.9	341	1.31		
	٤٠-٤٩	3.058	المجموع	495.1	344			
	٥٠ فأكثر	4.000						

*** ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$).**

وبالنظر إلى نتائج الجدول (٢٠) يتبين ما يلي:

١. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية باختلاف متغير العمر، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة ٨,٨٨، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$)، وقد كانت الفروق لصالح أفراد عينة الدراسة من الفئة العمرية (٤٠-٤٩) و (٥٠ فأكثر).

٢. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية باختلاف متغير العمر، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة ١٥,٩، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$)، وقد كانت الفروق لصالح أفراد عينة الدراسة من الفئة العمرية (٤٠-٤٩) سنة و (٥٠ سنة فأكثر).

٣. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه معوقات التنمية السياحية باختلاف متغير العمر، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة ١٢,٥، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$)، وقد كانت الفروق لصالح أفراد عينة الدراسة من الفئة العمرية (٥٠ سنة فأكثر).

٣- الاختلاف تبعاً للمستوى التعليمي

وللكشف عن معنوية الاختلاف في تقديرات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام والخاص في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت، واتجاه معوقات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت باختلاف العمر، تم إجراء اختبار تحليل التباين الأحادي ، وفيما يلي عرضا للنتائج:

جدول (٢١)

تحليل التباين الأحادي للكشف عن معنوية الاختلاف في تقديرات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام والخاص في التنمية السياحية، واتجاه معوقات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت باختلاف المستوى التعليمي

محاور الدراسة	المستوى التعليمي	المتوسط الحسابي	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية	ثانوي فأقل	3.111	بين المجموعات	79.6	3	26.54	*٣٨,٨	٠,٠٠
	دبلوم	3.024	خلال المجموعات	236.8	341	0.70		
	بكالوريوس	3.909	المجموع	316.4	344			
	دراسات عليا	4.064						
استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية	ثانوي فأقل	3.516	بين المجموعات	60.5	3	20.18	*١٨,٨	٠,٠٠
	دبلوم	3.516	خلال المجموعات	360.4	341	1.07		
	بكالوريوس	4.368	المجموع	420.9	344			
	دراسات عليا	4.780						
معوقات التنمية السياحية	ثانوي فأقل	3.612	بين المجموعات	115.3	3	38.42	*٣٤,٥	٠,٠٠
	دبلوم	3.005	خلال المجموعات	379.9	341	1.11		
	بكالوريوس	3.612	المجموع	495.1	344			
	دراسات عليا	4.574						

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$).

وبالنظر إلى نتائج الجدول (٢١) يتبين ما يلي:

١. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية باختلاف متغير المستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة ٣٨,٨، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية

عند مستوى دلالة (P≤0.05)، وقد كانت الفروق لصالح أفراد عينة الدراسة من المستوى التعليمي "بكالوريوس".

٢. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية باختلاف متغير المستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة ١٨,٨، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى عند مستوى دلالة (P≤0.05)، وقد كانت الفروق لصالح أفراد عينة الدراسة من المستوى التعليمي "دراسات عليا".

٣. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه معوقات التنمية السياحية باختلاف متغير المستوى التعليمي، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة ٣٤,٥، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى عند مستوى دلالة (P≤0.05)، وقد كانت الفروق لصالح أفراد عينة الدراسة من المستوى التعليمي " دراسات عليا".

٤- الاختلاف تبعاً للدخل الشهري

وللكشف عن معنوية الاختلاف في تقديرات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام والخاص في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت، واتجاه معوقات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت باختلاف الدخل الشهري، تم إجراء اختبار تحليل التباين الأحادي ، وفيما يلي عرضا للنتائج:

جدول (٢٢)

تحليل التباين الأحادي للكشف عن معنوية الاختلاف في تقديرات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام والخاص في التنمية السياحية، واتجاه معوقات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت باختلاف الدخل الشهري

محاور الدراسة	الدخل الشهري	المتوسط الحسابي	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية	أقل من ٣٠٠	2.720	بين المجموعات	41.92	3	13.97	*١٧,٥	٠,٠٠
	٣٠٠-٦٠٠	2.928	خلال المجموعات	274.52	341	0.81		
	٦٠١-١٠٠٠	3.810	المجموع	316.45	344			
	أكثر من ١٠٠٠	3.636						
استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية	أقل من ٣٠٠	3.487	بين المجموعات	17.90	3	5.97	*٤,٩	٠,٠٠
	٣٠٠-٦٠٠	3.979	خلال المجموعات	403.02	336	1.20		
	٦٠١-١٠٠٠	4.346	المجموع	420.92	339			
	أكثر من ١٠٠٠	4.012						
معوقات التنمية السياحية	أقل من ٣٠٠	2.249	بين المجموعات	59.91	3	19.97	*١٥,٦	٠,٠٠
	٣٠٠-٦٠٠	2.897	خلال المجموعات	435.23	341	1.28		
	٦٠١-١٠٠٠	3.589	المجموع	495.14	344			
	أكثر من ١٠٠٠	3.573						

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$).

وبالنظر إلى نتائج الجدول (٢٢) يتبين ما يلي:

١. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية باختلاف متغير الدخل الشهري ، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة ١٧,٥، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$)، وقد كانت الفروق لصالح أفراد عينة الدراسة من فئة الدخل (أكثر من ١٠٠٠) و (٦٠١-١٠٠٠).

٢. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية باختلاف متغير الدخل الشهري ، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة ٤,٩، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$)، وقد كانت الفروق لصالح أفراد عينة الدراسة من فئة الدخل (أكثر من ١٠٠٠) و (٦٠١-١٠٠٠).

٣. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه معوقات التنمية السياحية باختلاف متغير الدخل الشهري ، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة ١٥,٦، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$)، وقد كانت الفروق لصالح أفراد عينة الدراسة من فئة الدخل (أكثر من ١٠٠٠) و (٦٠١-١٠٠٠).

٥- الاختلاف تبعاً للخبرة العملية

وللكشف عن معنوية الاختلاف في تقديرات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام والخاص في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت، واتجاه معوقات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت باختلاف الدخل الشهري، تم إجراء اختبار تحليل التباين الأحادي ، وفيما يلي عرضا للنتائج:

جدول (٢٣)

تحليل التباين الأحادي للكشف عن معنوية الاختلاف في تقديرات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام والخاص في التنمية السياحية، واتجاه معوقات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت باختلاف الخبرة العملية

محاور الدراسة	الخبرة العملية	المتوسط الحسابي	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية	أقل من ٥	3.050	بين المجموعات	42.6	2	21.30	٢٦,٦*	٠,٠٠
	5-10	3.453	خلال المجموعات	273.8	342	0.80		
	أكثر من ١٠	3.872	المجموع	316.4	344			
استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية	أقل من ٥	3.192	بين المجموعات	122.9	2	61.43	٥٩,٤*	٠,٠٠
	5-10	3.946	خلال المجموعات	298.1	337	0.88		
	أكثر من ١٠	4.595	المجموع	420.9	339			
معوقات التنمية السياحية	أقل من ٥	2.437	بين المجموعات	91.2	2	45.61	٣٨,٦*	٠,٠٠
	5-10	2.798	خلال المجموعات	403.9	342	1.18		
	أكثر من ١٠	3.640	المجموع	495.1	344			

*** ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (P ≤ 0.05).**

وبالنظر إلى نتائج الجدول (٢٣) يتبين ما يلي:

١. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية باختلاف متغير الخبرة العملية، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة ٢٦,٦، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (P≤0.05)، وقد كانت الفروق لصالح أفراد عينة الدراسة من فئة الخبرة العملية (أكثر من ١٠ سنوات).

٢. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية باختلاف متغير الخبرة العملية ، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة ٥٩,٤، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (P≤0.05)، وقد كانت الفروق لصالح أفراد عينة الدراسة من فئة الخبرة العملية (أكثر من ١٠ سنوات).

٣. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه معوقات التنمية السياحية باختلاف متغير الخبرة العملية ، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة ٣٨,٦، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P\leq0.05$)، وقد كانت الفروق لصالح أفراد عينة الدراسة من فئة الخبرة العملية (أكثر من ١٠ سنوات).

٦- الاختلاف تبعاً لطبيعة العمل

وللكشف عن معنوية الاختلاف في تقديرات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام والخاص في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت، واتجاه معوقات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت باختلاف الدخل الشهري، تم إجراء اختبار تحليل التباين الأحادي، وفيما يلي عرضا للنتائج:

جدول (٢٤)

تحليل التباين الأحادي للكشف عن معنوية الاختلاف في تقديرات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام والخاص في التنمية السياحية، واتجاه معوقات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت باختلاف طبيعة العمل

محاور الدراسة	طبيعة العمل	المتوسط الحسابي	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	الدلالة الإحصائية
استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية	مدير	3.602	بين المجموعات	19.0	2	9.49	*١٠,٩	٠,٠٠
	رئيس قسم	3.641	خلال المجموعات	297.5	342	0.87		
	موظف	2.927	المجموع	316.4	344			
استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية	مدير	3.905	بين المجموعات	0.6	2	0.30	٠,٢٤	٠,٠٠
	رئيس قسم	4.051	خلال المجموعات	420.3	337	1.25		
	موظف	4.015	المجموع	420.9	339			
معوقات التنمية السياحية	مدير	3.234	بين المجموعات	39.1	2	19.57	*١٤,٦	٠,٠٠
	رئيس قسم	3.523	خلال المجموعات	456.0	342	1.33		
	موظف	2.679	المجموع	495.1	344			

* ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P \leq 0.05$).

وبالنظر إلى نتائج الجدول (٢٤) يتبين ما يلي:

١. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية باختلاف متغير طبيعة العمل، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة ١٠,٩، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P\leq0.05$)، وقد كانت الفروق لصالح أفراد عينة الدراسة من المدراء ورؤساء الأقسام.

٢. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية باختلاف متغير طبيعة العمل ، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة ٥٩,٤، وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة ($P\leq0.05$)، مما يعني تساوي الإجابات تجاه استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية باختلاف متغير طبيعة.

٣. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه معوقات التنمية السياحية باختلاف متغير طبيعة العمل، حيث بلغت قيمة (ف) المحسوبة ١٤,٦، وهي قيمة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P\leq0.05$)، وقد كانت الفروق لصالح أفراد عينة الدراسة من المدراء ورؤساء الأقسام.

٦- الاختلاف تبعاً لمدى حضور الدورات التدريبية

وللكشف عن معنوية الاختلاف في تقديرات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام والخاص في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت، واتجاه معوقات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت باختلاف حضور الدورات التدريبية ، تم إجراء اختبار "ت" للعينات المستقلة (T.test) ، وفيما يلي عرضا للنتائج:

جدول (٢٥)

نتائج اختبار "ت" للعينات المستقلة (T.test) للكشف عن معنوية الاختلاف في تقديرات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام والخاص في التنمية السياحية، واتجاه معوقات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت باختلاف حضور الدورات التدريبية

محاور الدراسة	الوسط الحسابي		قيمة T	الدلالة الإحصائية
	نعم	لا		
استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية	3.52	3.47	0.30	0.76
استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية	٩٩3.	4.00	0.31	0.77
معوقات التنمية السياحية	٨٨2.	2.90	- 0.45	0.46

وبالنظر إلى نتائج الجدول (٢٥) يتبين ما يلي:

١. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية باختلاف متغير حضور الدورات التدريبية ، حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة (٠,٣٠)، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة (P≤0.05)، مما يعني تساوي الإجابات تجاه استراتيجيات القطاع العام في التنمية السياحية باختلاف متغير حضور الدورات التدريبية.

٢. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية باختلاف حضور الدورات التدريبية ، حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة (٠,٣١)، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة (P≤0.05)، مما يعني تساوي الإجابات تجاه استراتيجيات القطاع الخاص في التنمية السياحية باختلاف متغير حضور الدورات التدريبية.

٣. وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد عينة الدراسة تجاه معوقات التنمية السياحية باختلاف متغير حضور الدورات التدريبية، حيث بلغت قيمة (T) المحسوبة (٠,٤٥)، وهي غير دالة إحصائيا عند مستوى دلالة (P≤0.05)، مما يعني تساوي الإجابات تجاه معوقات التنمية السياحية باختلاف متغير حضور الدورات التدريبية.

٢,٤ الخلاصة :

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن واقع التطور السياحي في منطقة البحر الميت وتوضيح أثر العوامل البيئية على جغرافية منطقة الدراسة، وتطوير مستوى النشاط الاقتصادي في منطقة الدراسة من خلال عمل دراسات للمقومات السياحية لإيجاد أوجه القصور وذلك بهدف تنميتها وتطويرها .

أظهرت النتائج من الدراسة الميدانية التي طبقت على العاملين في القطاع السياحي وعلى أصحاب القرار في القطاع السياحي في منطقة البحر الميت والعاملين بالفنادق في الساحل الشرقي من البحر الميت وجود مقومات طبيعية وبيئية تلعب دورا كبيرا في التنمية السياحية في منطقة الدراسة، وقد خرجت الدراسة بجملة من النتائج والاستنتاجات، ومن أبرز النتائج التي توصلت لها الدراسة ما يلي :

١- أظهرت نتائج الدراسة أن دور القطاع العام في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت جاءت بدرجة مرتفعة وتتوافق هذه النتيجة مع الجهود المبذولة حاليا من قبل القطاع العام والمتمثل في وزارة السياحة والجهات ذات العلاقة بما يحقق تنمية سياحية مميزة في منطقة البحر الميت، مما يجلب منافع اجتماعية واقتصادية للسكان في المنطقة وللأردن بشكل عام، والتعاون ما بين الجهات الأمنية والقطاع العام في التنمية السياحية من أجل توفير الأمن للسياح في منطقة البحر الميت، واهتمامها بتوفير الخدمات العامة للسياح من خلال المحافظة على البيئة والنظافة العامة للأماكن السياحية في منطقة البحر الميت، والتأييد والموافقة في مجال توفير المرشدين والإدلاء السياحيين في المنطقة، واشراك مدراء الفنادق وأصحاب المنشآت السياحية بالقرارات الخاصة بتطوير السياحة بالمنطقة، والعمل على توفير النشرات والمعلومات والخرائط السياحية والعملات الإعلانية لترويج الحركة السياحية في منطقة البحر الميت .

٢- إتضح من نتائج الدراسة أن دور القطاع الخاص في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت جاءت بدرجة مرتفعة من خلال قدرتها على استيعاب أعداد كبيرة من السياح خلال فترات الذروة السياحية، واهتمام القطاع الخاص بإيجاد حلول ومعالجة للتحديات التي تواجه السياحة في منطقة البحر الميت بالتعاون مع

الجهات السياحية المختصة، والإهتمام بالنظافة العامة ومظهر العاملين فيها وتوفير مترجمين فيها لتقديم خدمات متنوعة للسياح، وقيام الفنادق بتطوير أداء العاملين فيها من خلال إشراكهم بالدورات التدريبية، وتنويع خدماتها السياحية لجذب السياح خلال فترات السنة وذلك من خلال توفير الخدمات المصرفية الالكترونية والانترنت للسياح، وقيامها بالتعاون مع الجهات المنظمة للأنشطة والمهرجانات السياحية في منطقة البحر الميت وهذا يعكس أهمية المهرجانات في منطقة البحر الميت كأحد المقومات السياحية في المنطقة، وأيضا تشجيع السياح على القيام بزيارات أخرى لمنطقة البحر الميت من خلال جودة الخدمات المقدمة، ويتضح من النتائج أن الفنادق تقوم بدرجة مرتفعة في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت من خلال تطوير الأنشطة السياحية التي تقدمها بشكل مستمر.

٣- أظهرت نتائج الدراسة أن من أهم المعوقات التي تواجه التنمية السياحية في منطقة البحر الميت تتمثل في ضعف خدمات البنية التحتية، وموسمية السياحة وزيادة حجم المخاطر التي تواجه الاستثمارات السياحية مما يشير إلى اقتصار الأنشطة السياحية على فترات محددة خلال السنة مثل فصل الشتاء والربيع، وعدم توفير الأنشطة السياحية والمهرجانات الترفيهية واقتصارها على بعض فصول السنة، من ضمن المعوقات الرئيسة في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت، وعدم وجود كوادر محلية مؤهلة ومتخصصة في مجال السياحة، وغياب الدور الإعلامي للتعريف بالسياحة في منطقة البحر الميت والترويج لها، وزيادة منافسة المناطق السياحية الأخرى في المملكة كأسواق سياحية تجذب السياح لها، وعدم إتباع سياسة أسعار مناسبة وقادرة على المنافسة مع الخدمات السياحية المناظرة في الداخل والخارج، وعدم الإهتمام بتنظيم رحلات سياحية داخلية للبحر الميت، وغياب الدراسات المتخصصة لتقييم الوضع السياحي في المواقع القابلة للنمو السياحي في منطقة البحر الميت، وعدم مواكبة المشاريع السياحية القائمة لمتطلبات السياحة الحديثة، وعدم التنوع والتجديد في الخدمات المقدمة للسياح، وقلة الاهتمام بتطوير المواقع السياحية لتنمية السياحة المستدامة، وعدم الإهتمام بالصناعات والمنتجات المكملة للأنشطة السياحية من ضمن المعوقات

التي تواجه التنمية السياحة السياحية في منطقة البحر الميت، وقلة الإهتمام بالدورات التدريبية لرفع كفاءة العاملين في المنشآت السياحية في البحر الميت، وعدم تطبيق معايير ومواصفات مراقبة جودة المنشآت السياحية وضعف الضوابط والعقوبات للمخالفين من ضمن المعوقات التي تواجه التنمية السياحة .

٣,٤ التوصيات :

من خلال تحليل البيانات ومناقشة النتائج توصلت الدراسة إلى مجموعة من التوصيات وهي :

١- تعتبر منطقة البحر الميت منتجعاً سياحياً كبيراً يجب أن يعامل ككل وليس كقطع أراضي مفصولة ويجب أن يكون هناك مخططات وإستراتيجيات واضحة يتم مراجعتها كل فترة وذلك لتأكيد مناسبتها للواقع وأيضا مدى خدمتها لأهالي المنطقة وتحقيقا للنتائج المرجوة من تطويرها، فما زالت الخطط والقرارات في المنطقة دون المستوى المطلوب .

2- من الضروري عمل تحليل متداخل للتخطيط الإجتماعي والإقتصادي والبيئي وذلك قبل أن يباشر بأي تنمية سياحية في منطقة البحر الميت والإبتعاد عن التوسيعات غير المدروسة .

3- الإهتمام بالسياحة في منطقة البحر الميت من قبل وزارة السياحة لأنها تعتبر سياحة موسمية وذلك لتنشيط الحركة السياحية في فصل الصيف مثل إقامة مهرجانات وغير ذلك .

4- إيجاد أسباب مختلفة لتشجيع السياح لزيارة منطقة البحر الميت، وذلك يترتب عليه وضع خطط تتناسب مع هذا التنوع في أسباب زيارة المنطقة .

5- تطوير المجتمعات وتوعية وتثقيف السكان المحليين بيئيا وسياحيا والمساهمة بالقضاء على الفقر والبطاله عن طريق توفير مشاريع مدرة للدخل لهم .

6- تزويد المنطقة بالخدمات المهمة مثل خطوط المواصلات سواء أكانت سيارات عمومية أو باصات مريحة، وذلك لتسهيل قدوم السياح إلى منطقة البحر الميت .

7- من الضروري تزويد المنطقة بمعهد وكلية سياحية لتعليم أبنائها وغيرهم والدراسات المتعلقة بالسياحة وذلك عن طريق تشجيع أساتذة الجامعات والطلاب بعمل أبحاث في هذة المنطقة .

8- ما تزال منطقة البحر الميت تحت الإنشاء فمن الضروري تقليل عدد المباني والنظر في تفريغ الشاطيء من بعضها بحيث تتحول الى مناطق مفتوحة وشواطيء عامة .

9- تفعيل دور الشركات السياحية في الأردن، وذلك للعمل على تنظيم الرحلات السياحية إلى منطقة البحر الميت بأسعار مناسبة .

المصادر والمراجع

القرأن الكريم .

ألين، جون انتوني، وملكاوي عبدالله حسين، وتسور يعقوب 2012 : **برنامج دراسة:** "ناقل مياه البحر الأحمر- البحر الميت"، دراسة غير منشورة، عمان، الأردن .

البحيري، صلاح 1991 : **جغرافية الأردن**، ط١، مكتبة الجامع الحسيني، عمان، الأردن .

بظاظو، ابراهيم 2010 : **السياحة البيئية وأسس استدامتها**، ط١، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن .

البنك المركزي الأردني 1994 : **التقرير السنوي**، عمان، الأردن .

البنك المركزي الأردني 1995 : **التقرير السنوي**، عمان، الأردن .

الخطيب، هيام 1996 : **السياحة كمفهوم اقتصادي – اجتماعي "ندوة السياحة في شمال الأردن"**، جامعة اربد الأهلية، إربد، الأردن .

دائرة الإحصاءات العامة 1994 : **النشرة الإحصائية**، عمان، الأردن .

دويك، عرفات 2000 : "**البحر الميت وكنوزه**"، مجلة الكلية، مج15، ج4، ع4، بيروت، لبنان .

ذيب، فيصل محمد الحاج 1990 : **التسويق السياحي في الأردن**، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن .

الرواشدة، أكرم عاطف 2009 : **السياحة البيئية الأسس والمرتكزات**، ط١، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن .

الرواضية، زياد عيد 2013 : **السياحة البيئية المفاهيم والأسس والمقومات**، ط١، عمان، الأردن .

الرؤوف، أبو العبد، ٢٠٠٣: **أهمية السياحة في الاقتصاد الوطني**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الجزائر، الجزائر.

السقرات، عمر 1989 : **العلاقة بين المناخ وطبيعة احساس الناس بالراحة في الأردن**، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن .

سلطة وادي الأردن، 1989 : **خطة تطوير ساحل البحر الميت**، ملفات غير منشورة، عمان، الأردن .

سلطة وادي الأردن، 2008 : **ملفات غير منشورة**، عمان، الأردن .

الشعر، ناديا عيد موسى 1995 : **الريادية في القطاع السياحي في الأردن**، رسالة ماجستير، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن .

الطائي، حميد عبدالنبي 2001 : **أصول صناعة السياحة**، الطبعة الأولى، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن .

عابد، عبدالقادر 1985 : **جيولوجية البحر الميت**، دار الأرقم، عمان، الأردن .

عبد الحكيم، محمد صبحي ، والديب، حمدي أحمد 2012 : **جغرافية السياحة**، ط١، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة، جمهورية مصر العربية.

عبدالوهاب، صلاح 1967 : **المنهج العلمي في صناعة السياحة**، دار الفكر العربي، مج١، القاهرة، جمهورية مصر العربية .

العمري، محمد أحمد 2011 : **الأمن السياحي المفهوم والتطبيق**، ط١، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن .

عودة، سميح، وحسن، رمضان 1988 : "التغيرات الجيومورفولوجية، والأساسية لوادي **المخيرص على الساحل الشرقي للبحر الميت**"، دراسات، م15، ع9، ص7-44

قيصي، مطيع يوسف محمد 2000 : **دراسة في جغرافية السياحة في منطقة أريحا والبحر الميت**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة النجاح الوطنية، نابلس .

المجلس القومي للتخطيط 1973 : **خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية**، عمان، الأردن .

المجلس القومي للتخطيط 1976 : **خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية**، عمان، الأردن .

المجلس القومي للتخطيط 1981 : **خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية**، عمان، الأردن .

المقابلة، خالد، فيصل الحاج ذيب 2000 : **صناعة السياحة في الأردن**، ط١، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن .
المهيرات، بركات 1995 : **تنمية السياحة على الساحل الشرقي للبحر الميت**، رسالة ماجستير غير منشورة الجامعة الأردنية، عمان، الأردن .
موسى، علي حسن 1998 : **المناخ والسياحة**، ط١، دار الفكر المعاصر، دمشق، سوريا .
المومني، محمد أحمد عقلة 2011 : **السياحة في الأردن**، ط١، مؤسسة روعة، اربد، الأردن .
المركز الجغرافي الأردني 2012 : عمان، الأردن .
النواصرة، عواد 2009 : **البحر الميت "دراسة جغرافية تاريخية"**، ط١، دار فضاءات للنشر، عمان، الأردن .
الوحوش، خلدون صبري 2005 : **حفر الإذابة جنوب شرق البحر الميت**، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة مؤتة، الكرك، الأردن .
وزارة التخطيط 1986 : **خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية**، عمان، الأردن .
وزارة التخطيط 1993 : **خطة التنمية الاقتصادية والاجتماعية**، عمان، الأردن .
وزارة السياحة والأثار 2008 : **النشرة الإحصائية**، عمان، الأردن .

- **المراجع الاجنبية :**

Ahad، Ibrahim 2006 **: Dead Sea Water Aexhem Is Try**، B.Sc.In Hydroqcology، Unpublished ph.D Dissertation .

Bentor ،Y ،1961 : ،**Some Geochemical Aspects of the Dead Sea and the Question of its Age**.

Gee، C.Y.، Choy ، D.J.L . & Makens، J.C.، 1984 : **The Travel Industry**، **Westport**، **Connecticut** .

Harahsheh، Salem 2002 **: Curative Tourism in Jordan and its Potential development**، Bournemouth University (united kingdom)، Unpublished ph.D Dissertation .

International Ecotourism Society **(IES)** ، 2003 http:// WWW.Ecotorism.org \Index .

Mathieson ، A. & wall ، G. 1982 : **Tourism** ، **Economic** ، **Physical & Social** Impacts، Longman، London .

Neev ،D. Emery ،K. 1967 : "The Dead Sea Depositional Process and Environment، Journal of Earth Sciences". Vol.15، pp 18-52 .

Oxford English Dictionary 1989 : Second Edition، Prepared by Simpson، J.A. & Weiner، E.S.C،. Vol. xviii ،Oxford .

Peters. M 1969 : " **International Tourism Hutchenson**"، London .

Robinson. H. 1976 : **A Geography of Tourism**، Midland and Evans، Plymouth، London .

مصادر الوثائق الرسمية :

- منظمة السياحة العالمية .
- وزارة السياحة والأثار الأردنية .
- وزارة التخطيط والتعاون الدولي .

: Websites

- www.rscn.org.jo
- www.mota.gov.jo

قائمة الملاحق

الملحق (أ)
الاستبانة

بسم الله الرحمن الرحيم

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تهدف الدراسة إلى التعرف على استراتيجيات التنمية السياحية في منطقة البحر الميت، عن طريق إجراء دراسة تحليلية لأراء العاملين في القطاعات السياحية في المنطقة ، لذا أرجو الإجابة بعناية تامة وإعطاء الرأي الشخصي بكل حرية وأمانة. علما بأن جميع المعلومات الواردة هي فقط لأغراض البحث العلمي.

الطالب

بكر خالد الزيديين

أولا : معلومات حول المنشأة السياحية:-

١- اسم المنشأة: ....

٢- سنة تأسيس المنشأة: ....

٣- مكان المنشأة: ....

٤- عدد العاملين في المنشأة : ....

٥- طبيعة عمل المنشأة :

أ- فندق ب- مطعم سياحي ج- منتجع سياحي د- محل بيع سلع سياحية

هـ - شركة نقل وترويج سياحي و_ استراحة سياحية ي - أخرى (حدد)

٦- برأيك كيف تقيم أسعار المنشأة : أ- مرتفعة ب - متوسطة ج- مناسبة د-غير مناسب

٧- برأيك كيف تقيم الخدمات التي تقدمها المنشأة للسياح : أ- ممتازة ب - جيدة ج- متوسطة د- ضعيفة

٨- برأيك ما هي أشكال التنمية السياحية المناسبة في منطقة البحر الميت:

أ- السياحة التاريخية ب- السياحة البيئية

ج- سياحة المناسبات(المعارض والمهرجانات) د - أخرى: حدد

٩- برأيك ما هي الطرق والوسائل التي يمكن أن تسهم في تنمية السياحة في منطقة البحر الميت:

أ- الدعم الحكومي للمشاريع السياحية ب- تطوير المواقع السياحية والبنية التحتية

ج- تقديم الخدمات السياحية بسعر مناسب د – أخرى: حدد

١٠- برأيك ما هي المعوقات التي تواجه السياح عند زيارة منطقة البحر الميت:

أ- التلوث البيئي ب- الازدحام المروري

ج- ارتفاع الأسعار د – أخرى : حدد ……………….

ثانيا : المعلومات الشخصية :-

١- مكان السكن:

٢- العمر ________ سنة

٣- الجنس

أ) ذكر ب) أنثى

٤- المستوى التعليمي :

أ- أمي ب – ثانوي ج- جامعي د- دراسات عليا

٥- الدخل الشهري:

أ- أقل من ٣٠٠ دينار ب – ٣٠٠ –٦٠٠ دينار

ج- ٦٠١ – ١٠٠٠ دينار د- أكثر من ١٠٠٠ دينار

٦- عدد سنوات الخبرة في العمل السياحي :

أ- اقل من ٥ سنوات ب – ٥-١٠ سنوات ج- أكثر من ١٠ سنة

٧- طبيعة العمل الذي تقوم به:

أ- صاحب منشأة ب- دليل سياحي

ج- موظف د – أخرى: حدد…………

٨- هل حصلت علي دورات تدريبية في المجال السياحي ؟

أ- نعم ب – لا

الرجاء وضع إشارة (/) في المكان المناسب :-

					ـ ١- استراتيجيات القطاع العام للتنمية السياحية في منطقة البحر الميت	
لا أوافق بشدة	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق بشدة	الفقـــــــــــــــرة	رقم
					تقوم الجهات المختصة بتوفير الخدمات العامة للسياح في منطقة البحر الميت	١
					تعمل الجهات المختصة على المحافظة على البيئة والنظافة العامة للأماكن السياحية في منطقة البحر الميت	٢
					تتعاون الجهات المختصة مع المواطنين بالمحافظة على الموارد السياحية وحمايتها من التدهور في منطقة البحر الميت	٣
					تقوم الجهات المختصة بضبط وتنسيق النشاطات السياحية في منطقة البحر الميت	٤
					تعمل الجهات المختصة على عمل الحملات الإعلانية لترويج الحركة السياحية في منطقة البحر الميت	٥
					تقوم الجهات المختصة بالتنسيق مع القطاع الخاص على الاستثمار في المشاريع السياحة في منطقة البحر الميت	٦
					تعمل الجهات المختصة على تشجيع الزيارة لمنطقة البحر الميت من خلال دعم الرحلات السياحية بأسعار تشجيعية	٧
					تقوم الجهات المختصة بتوفير النشرات والمعلومات والخرائط السياحية عن منطقة البحر الميت	٨
					تقوم الجهات المختصة بمراقبة جودة الخدمات وأسعار السلع المقدمة للسياح في منطقة البحر الميت	٩
					تعمل الجهات المختصة على توفير المرشدين والإدلاء السياحيين في المنطقة	١٠
					تقوم الجهات المختصة بنشر الوعي بأهمية السياحة كعائد اقتصادي	١١
					تقوم الجهات المختصة بإشراك أصحاب المنشآت السياحية بالقرارات الخاصة بتطوير السياحة في منطقة البحر الميت	١٢
					تقوم الجهات المختصة بالتعاون مع الجهات الأمنية بتوفير الأمن للسياح في منطقة البحر الميت	١٣
					تقوم الجهات المختصة باستغلال الموارد السياحية المتاحة في منطقة البحر الميت بالشكل الأمثل لتحقيق أكبر عائد سياحي	١٤
					تقوم الجهات المختصة بتنسيق النشاطات السياحية في منطقة البحر الميت مع الأنشطة الاقتصادية الأخرى	١٥

١٦	تقوم الجهات المختصة بتطوير الأطر القانونية المشجعة والداعمة للسياحة في منطقة البحر الميت					
١٧	تقوم الجهات المختصة بتطوير الأنظمة التكنولوجية والمعلومات السياحية في منطقة البحر الميت					
١٨	تقوم الجهات المختصة بعقد الدورات لرفع كفاءة العاملين في القطاعات السياحية					
١٩	تقوم الجهات المختصة بتوفير المناخ الاستثماري الآمن لجذب الاستثمارات المحلية والأجنبية في منطقة البحر الميت					
٢٠	تعمل الجهات المختصة على تنويع فرص الاستثمار السياحي في منطقة البحر الميت					
٢١	تعمل الجهات المختصة على تنمية الوعي السياحي المجتمعي والرسمي بأهمية السياحة في تحقيق التنمية المستدامة في منطقة البحر الميت					
٢٢	تقوم الجهات المختصة على تنظيم المعارض والمهرجانات السياحية بشكل دوري في منطقة البحر الميت					
٢- استراتجيات القطاع الخاص للتنمية السياحية في منطقة البحر الميت						
١	تقوم المنشأة على تطوير أداء العاملين فيها من خلال إشراكهم بالدورات التدريبية					
٢	تهتم المنشأة بالنظافة العامة ومظهر العاملين فيها					
٣	تسهم المنشأة في تشجيع السياح على القيام بزيارات أخرى لمنطقة البحر الميت من خلال جودة الخدمات المقدمة					
٤	يتوفر لدى المنشأة القدرة على استيعاب أعداد كبيرة من السياح خلال فترات الذروة السياحية					
٥	تعمل المنشأة على توفير مترجمين فيها لتقديم خدمات متنوعة للسياح					
٦	يتوفر لدى المنشأة سياسة أسعار ثابتة لجميع جنسيات السياح ونشرات للتعريف بالخدمات التي تقدمها					
٧	تسهم المنشأة بالمساهمة في التنمية السياحية في منطقة البحر الميت من خلال تطوير الأنشطة السياحية بشكل مستمر					
٨	تعمل المنشأة على الارتقاء بجودة مستوى الخدمات والأنشطة السياحية بما يتلاءم مع المستويات الدولية.					
٩	تسهم المنشأة في إيجاد حلول ومعالجة للتحديات التي تواجه السياحة بالتعاون مع الجهات السياحية المختصة					

١٠	تقوم المنشأة بالتعاون مع الجهات المنظمة للأنشطة والمهرجانات السياحية في منطقة البحر الميت					
١١	تقوم المنشأة باستقطاب الكوادر المحلية وإحلالها محل العمالة الوافدة					
١٢	تعمل المنشأة على تنويع خدماتها السياحية لجذب السياح خلال فترات السنة					
١٣	تقوم المنشأة بالتحالف التسويقي مع المنشآت الأخرى لترويج المنتجات والخدمات السياحية					
١٤	تعتمد المنشأة على المنتجات المصنعة محليا					
١٥	تعمل المنشاة على توفير الخدمات المصرفية الالكترونية والانترنت للسياح في منطقة البحر الميت					
	٣.المعوقات التي تواجه التنمية السياحية في منطقة البحر الميت					
١	ضعف خدمات البنية التحتية في منطقة البحر الميت					
٢	عدم توفر الأنشطة السياحية والمهرجانات الترفيهية واقتصارها على بعض فصول السنة					
٣	عدم وجود كوادر محلية مؤهلة ومتخصصة في مجال السياحة المناسبة في منطقة البحر الميت					
٤	عدم الاهتمام بالصناعات والمنتجات المكملة للأنشطة السياحية في منطقة البحر الميت					
٥	موسمية السياحة وزيادة حجم المخاطر التي تواجه الاستثمارات السياحية.					
٦	غياب الدور الإعلامي للتعريف بالسياحة في منطقة البحر الميت والترويج لها					
٧	عدم مواكبة المشاريع السياحية القائمة لمتطلبات السياحة الحديثة					
٨	عدم التنوع والتجديد في الخدمات المقدمة للسياح					
٩	عدم إتباع سياسة أسعار مناسبة وقادرة على المنافسة مع الخدمات السياحية المناظرة في الخارج					
١٠	قلة الاهتمام بالدورات التدريبية لرفع كفاءة العاملين في شركات السياحة وتنمية مهاراتهم					
١١	قلة الاهتمام بتطوير المواقع السياحية لتنمية السياحة المستدامة.					
١٢	غياب الدراسات المتخصصة لتقييم الوضع السياحي في المواقع القابلة للنمو السياحي في منطقة البحر الميت					
١٣	زيادة منافسة المناطق السياحية الأخرى في المملكة كأسواق سياحية تجذب السياح إليها					

١٤	تركيز الشركات السياحية المحلية على السياحة الخارجية وعدم الاهتمام بتنظيم رحلات سياحية داخلية في منطقة البحر الميت			
١٥	عدم تطبيق معايير ومواصفات مراقبة جودة المنشآت السياحية وضعف الضوابط والعقوبات للمخالفين			